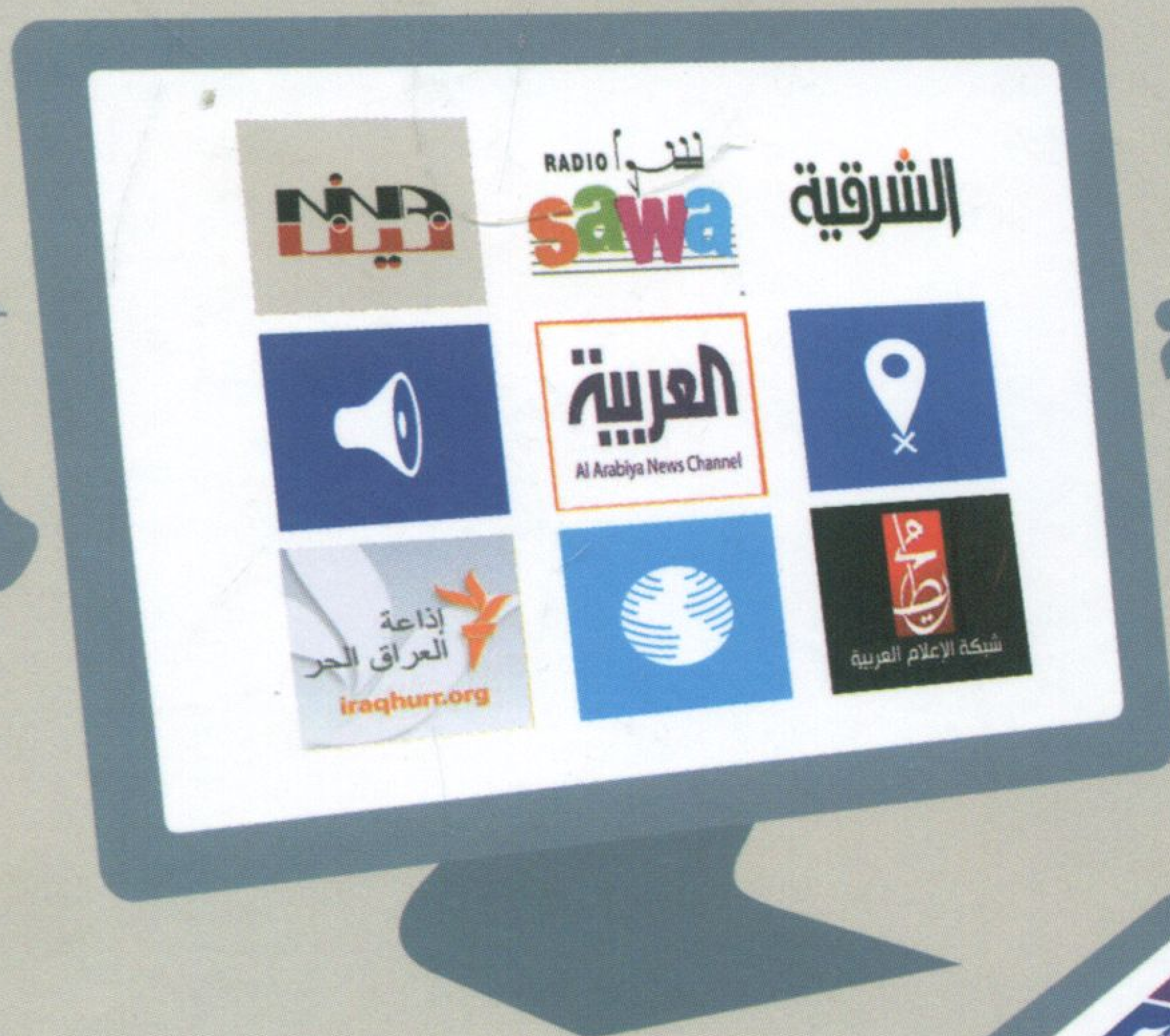
الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني

دراسة مقارنة

العربية نت . محيط . راديو سوا . إذاعة العراق الحر . تلفزيون الشرقية . وكالة نينا
أنموذجاً

الدكتور
عباس ناجي حسن





www.darsafa.net

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ
إِلَىٰ عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ ﴾

صدق الله العظيم

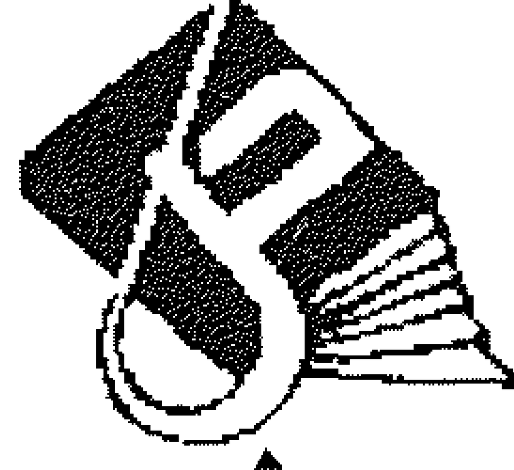
الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني
دراسة مقارنة
(العربية نت ، محيط ، راديو سوا ، إذاعة العراق الحر ، تلفزيون الشرقية ، وكالة نينا) أنموذجاً

الدكتور
عباس ناجي حسن

الطبعة الاولى
2016م - 1437هـ



دار صفاء للنشر والتوزيع - عمان



دار صفاء للنشر والتوزيع

رقم التصنيف 302.2

الوسائط المتعددة في الاعلام الالكتروني

د.عباس ناجي حسن

الواصفات: الاعلام // وسائل الاتصال// الانترنت

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (2015/2/437)

ردمك ISBN 978-9957-24-975-5

عمان ـ شارع الملك حسين

مجمع الفحيص التجاري ـ تلفاكس ـ 4612190 6 962+

هاتف ـ 4611169 6 962+ ص . ب 922762 عمان ـ 11192 الأردن

DAR SAFA Publishing - Distributing

Telefax: +962 6 4612190- Tel: + 962 6 4611169

P.O.Box: 922762 Amman 11192- Jordan

E-mail:safa@darsafa1.net

E-mail:safa@darsafa.info

www.darsafa.net

الإهداء

إلى كل من علمني حرفاً

الى أمي وأبي وأسرتي

إلى كل من هداني نحو البحث في الحقيقة

المؤلف

الفهرست

الفصل الثاني

الإنترنت وتكنولوجيا الإتصال والإعلام الإلكتروني

الفصل الثالث

المواقع الإلكترونية والوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

المقدمة

يتقدم الإعلام الإلكتروني اليوم بشكل متسارع ليسبر أغوار الفضاء مخترقاً الحدود المكانية والزمانية ، بفضل الثورة التكنولوجية في وسائل الإتصال التي سهلت عملية نقل الأخبار وسائر المعلومات الثقافية والترفيهية وأغلب ما يحتاجه المستخدم من تواصل مع الآخرين.

والإعلام الإلكتروني بكل أنواعه من مواقع وصحافة إلكترونية وبوابات ومدونات ...الخ ، دخل المعترك التكنولوجي بكل جديده المتطور ، فلم يقف عند حد النص ، وإنما تجاوز ذلك ليستخدم جميع الوسائط المتعددة من النص والصورة بنوعيها الثابتة والمتحركة والصوت والرسوم الثابتة والمتحركة والفيديو ، إذ لا تخلو اليوم المواقع الإلكترونية من إستخدامات الوسائط المتعددة ، فبها يكون الموقع أكثر جاذبية وتفاعلية من غيره الذي يستخدم بعضاً من الوسائط المتعددة كالنص والصورة الثابتة وكأنه صحيفة ورقية فيما يغض الطرف عن إستخدام الوسائط الأخرى أما جهلاً بتقنيات تطبيقاتها أو العجز عن دفع الكلفة المادية المترتبة على التصميم والتحديث وأجور التقنيين.

والإعلام الإلكتروني اليوم تنافس متعدد المزايا فبالنص والصوت والصورة والفيديو والرسوم تتسابق الأخبار والمعلومات لتكون بين يدي المتلقي ، وهذا من الضرورة أن تعتمده المواقع الإلكترونية التي اعتمد أغلبها على النص والصورة الثابتة إذا كان موقعاً إخبارياً أو صحيفة الكترونية دون إستخدام للوسائط الأخرى وفق ما توصلت اليه الدراسة من نتائج في الميدان العملي.

ومن هنا فالكتاب يأتي للكشف عن إستخدامات الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني لاسيما المواقع الالكترونية الإخبارية والمواقع الإلكترونية للإذاعات

والفضائيات ؛ إذ إعتمدت الدراسة على عينة متنوعة بإختيار ستة مواقع الكترونية منها عربية وأجنبية ناطقة بالعربية وعراقية ، تشمل مواقعاً إخبارية ومواقعاً لإذاعة ومواقعاً لفضائية للمقارنة في ما بينهم لمعرفة مدى إستخدام الوسائط المتعددة (النص، الصورة ، الفيديو ، الصوت ، الرسوم) ، وما هي أكثر عناصر الوسائط المتعددة استخداماً وأي المواقع أكثر إستخداماً لها في أثناء مدتين زمنيتين للبحث 2012 ، و2014.

وخلُصت الدراسة لمجموعة من الإستنتاجات منها أن الإعلام الإلكتروني وإن إنتشر بشكل موسع من خلال المواقع والوكالات الإخبارية الإلكترونية فضلاً عن المواقع الإلكترونية المكملة لصحف ورقية وإذاعات وفضائيات ، إلا أنه مازال في خطواته الأولى لاسيما في إستخدام الوسائط المتعددة التي لا يمكن للإعلام الإلكتروني اليوم أن يتجاهلها في ظل تسارع الأحداث والأخبار وحاجة المتلقي للصورة والفيديو والصوت من موقع الحدث.

لم تستغل بعض المواقع الإلكترونية المكملة ما يتوفر لديها من إمكانيات فنية وتقنية ومهارات الصحفيين في دعم مواقعها بالجديد الحصري والمختلف لجذب المتلقي. المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والمواقع العراقية عينة البحث وإن تميزت بتنوع الصفحات والمحتوى الإخباري إلا أن إستخدامها للوسائط المتعددة كان عبر نوع الوسيلة المكملة للموقع.

ومن التوصيات لابد من التعاون عربياً وعالمياً في إيجاد السبل الكفيلة والإستفادة من الخبرات الفنية والتقنية لتطوير المواقع الإلكترونية إخراجاً وتصميماً ومضموناً بما يسهم في توسيع قاعدة الإنتشار على شبكة الإنترنت وعلى المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والمحلية ، أن تواكب التكنولوجيا في وسائل

الإتصال والإعلام وتستثمرها في أن تتجاوز حدودها الضيقة نحو تنويع خيارات المحتوى التقليدي الى محتوى صوتي وصوري ومرئي في آن واحد.

نأمل في ما توصلنا إليه من إستنتاجات وتوصيات أن تكون محط أنظار وإهتمام المعنيين لتطوير الإعلام الإلكتروني بإستخدام الوسائط المتعددة التي تضيف للموقع الحسية والجمالية والجذب والتفاعلية والكونية والمرونة والمصداقية.

المؤلف

1

الفصل الأول: منهجية البحث

Chapter One: Research Methodology

الفصل الأول

منهجية البحث

Chapter One: Research Methodology

أولاً : مشكلة البحث (A problem of research) :-

تحديد مشكلة البحث هي الأساس الأول في كل بحث علمي وبدونها لا يمكن التوصل إلى الأهداف والنتائج والإستنتاجات ، لذا فأن تحديدها أولاً يؤدي الى تسهيل عمل الباحث في تحديد منهجية البحث وإجراءاته وأدواته.[1] ومشكلة البحث تتمحور في ماهية إستخدامات الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني مقارنة بين المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية والمواقع العراقية وفقاً للفئات التالية التي تمثل الوسائط المتعددة:(النص ، الصورة ، الفيديو، الصوت، الرسوم) في مدتين زمنيتين مختلفتين للبحث هما (حزيران ، تموز ، آب) 2012 ، و(كانون الثاني، شباط، آذار) 2014.

وبما أن بيئة الإنترنت تحاول ان تدمج بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ، فبعدما كان إستخدام الوسائط يعتمد على نوع الوسيلة كالتلفاز يعتمد على المرئيات ، والإذاعة تعتمد على الصوت ، والصحافة الورقية على النص والصورة ، فإن الإعلام الإلكتروني بكافة وسائلة لمواقع إخبارية وصحف إلكترونية وفضائيات وإذاعات يمكنه أن يذيب هذه الفوارق بواسطة الوسائط المتعددة وجعلها مرئية ومسموعة ومقروءة في وقت واحد.

---

[1] وجيه محجوب، البحث العلمي ومناهجه ، (بغداد، دار الكتب للطباعة والنشر، 2002) ص63

وتتحدد مشكلة البحث بالسؤال الرئيس الآتي: ما مدى إستخدامات الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني بين المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية والمواقع العراقية؟ والذي تفرع منه تساؤلات فرعية هي:

1. ما مدى استخدام الوسائط المتعددة (النص ، الصورة ، الفيديو ، الصوت ، الرسوم) في المواقع الالكترونية العربية للمدتين(2012 ــــ 2014)؟
2. ما مدى استخدام الوسائط المتعددة (النص ، الصورة ، الفيديو ، الصوت ، الرسوم) في المواقع الالكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية للمدتين(2012 ــــ 2014)؟
3. ما مدى استخدام الوسائط المتعددة (النص ، الصورة ، الفيديو، الصوت ، الرسوم) في المواقع الالكترونية العراقية للمدتين(2012 ــــ 2014)؟
4. مقارنة إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية والمواقع العراقية.
5. ما التطور الذي حدث في المواقع الإلكترونية خلال عامين بمدتين زمنيتين مختلفتين لعينة البحث(2012 ، 2014) من ناحية إستخدام الوسائط المتعددة؟
6. ما أكثر عناصر الوسائط المتعددة استخداماً في المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية والعراقية وأي المواقع حقق أعلى نسبة في إستخداماتها؟

ثانياَ: أهمية البحث (The importance of research):

إن أهمية البحث تكمن في أن الدراسة تتقصى عن إستخدامات الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني بين المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة

بالعربية والعراقية في مدتين زمنيتين مختلفتين في (2012) و (2014) لعينة البحث لمعرفة حدود إستخدام هذه الوسائط والإختلاف والتنافس فيما بينها فضلاً عن معرفة أيهما أكثر إستخداماً عن طريق القيام بعملية مسح للمواقع الالكترونية ومعرفة مستوى إستخدام هذه الوسائط وأكثر أنواعها استعمالاً، وبما يمكن أن يسهم في تطوير استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإذاعية والتلفازية والصحافة الالكترونية العراقية من أجل الإرتقاء بهما وبقدراتها على دخول المنافسة مع مثيلاتها عربياً وعالمياً لاسيما إن الإعلام الإلكتروني اليوم له الأثر الكبير في تنوع استقبال الرسالة الإعلامية والتفاعل الفوري معها بلا قيود أو حدود.

ثالثاً: أهداف البحث (Research Objectives):

يرنو البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:-

1. التعرف على مدى إستخدام الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية العربية.
2. الكشف عن مدى إستخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية الأجنبية الناطقة بالعربية.
3. التعرف على إستخدام الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية العراقية.
4. تحديد نوع الموقع الإلكتروني (موقع إخباري ، موقع إذاعة ، موقع فضائية) في أيهما أكثر إستخداماً للوسائط المتعددة في أثناء المدتين الزمنيتين لعينة البحث؟
5. الكشف عن أكثر عناصر الوسائط المتعددة إستخداماً للمدتين الزمنيتين لعينة البحث.
6. معرفة التباين والإختلاف والتطور في إستخدام الوسائط المتعددة من قبل المواقع الإلكترونية في المدتين الزمنيتين (2012 ــــ 2014) لعينة البحث.

رابعاً: منهج البحث (Research Methodology):

المنهجية هي مجموع الإجراءات المستخدمة في جمع المعلومات حول مشكلة ما ومعالجتها بهدف تكوين إطار نظري وبناء او تصنيف عملي لغرض الوصول إلى نتيجة معلومة.[1]

وإعتمد الباحث على المنهج المسحي الذي يعتمد على جمع المعلومات والبيانات لعدد من الوحدات بهدف تشخيصها وكشف واقعها او جزء من ذلك الواقع لغرض المقارنة العلمية ، فضلاً عن إعتماد المنهج المقارن الذي يتطلب تطبيقه توافر العديد من الشروط منها:-[2]

1. التعامل مع الوحدات الكبيرة (حضارات ثقافات مجتمعات).
2. وجود اتفاقات أو اختلافات في الوحدات مجال المقارنة.
3. وجود معايير أو محكات (criteria) للمقارنة تتسم بالصدق والثبات.

وقد طبق موضوع الدراسة (الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني ، دراسة مقارنة بين المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية والمواقع العراقية) على ستة مجتمعات فيها قدر من التشابه والإختلاف في كثير من المجالات الخاضعة للدراسة.

---

(1) ينظر: حميد جاعد محسن ، أساسيات البحث العلمي ، ج1(شركة الحضارة للطباعة ، 2004) ص63

(2) د. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1 (القاهرة : علم الكتب ،2000) ص182

خامساً : أدوات البحث (Search Tools)

المنهج المقارن يتطلب إستخدام مناهج وأساليب أخرى لتحقيق هدف المقارنة.[1] ؛ لذا إستخدم الباحث المنهج المسحي لجمع البيانات لتحليلها وتفسيرها.[2] وهذا يتطلب أدوات بحثية ولأجل الوصول الى ذلك قام الباحث بإستخدام استمارة التحليل وتحديد فئاتها ووضع لها تعريفاتها الإجرائية ، إذ تم تحديد (خمس) فئات لإستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية عينة البحث.[*]

وأعتمد الباحث أيضاً على الملاحظة وهي (مشاهدة أو مراقبة السلوك لظاهرة معينة تستدعي التعرف او التمييز، وتسجيل المعلومات عنها أولاً بأول من خلال الإستعانة بالأدوات والأجهزة والأساليب التي تتفق مع هذه الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج) [3]، إذ قام الباحث بملاحظة ومراقبة المواقع الإلكترونية لتسجيل الوقائع والمتغيرات في إستخدامات المواقع الإلكترونية للوسائط المتعددة لمدتين زمنيتين مختلفتين الأولى في 2012 ، والثانية في 2014.

ولتطبيق منهجية الدراسة المقارنة ، مسح الباحث الصفحات الرئيسة وما تبعها من صفحات للموقع بإستخدامات عناصر الوسائط المتعددة لعينة البحث للمدة

---

(1) د. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، مصدر سابق ، ص 181

(2) د. احمد سليمان عودة ، د. فتحي حسن ملكاوي ،أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية : عناصره ومناهجه والتحليل الإحصائي لبياناته (عمان : مكتب المنار 1987) ص 100.

(*) ينظر الملحق (1)

(3) كامل حسون القيم ، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية ، (بغداد ، السيماء للتصاميم والطباعة ، 2007) ص 130

الزمنية الأولى المحصورة بين 1/ 6/ 2012 الى 30/ 8/ 2012 ، والمدة الزمنية الثانية المحصورة بين 1/ 1/ 2014 الى 30/ 3/ 2014 لتحقيق أهداف البحث.

سادساً : مجتمع البحث وعينته (Qualitatively) :

مجتمع البحث الذي تناولته الدراسة هو المواقع الإلكترونية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية والعراقية (موقع إخباري ، موقع فضائية ، موقع إذاعة) ، وتم إختيار (ستة) مواقع إلكترونية مختلفة بالطريقة القصدية وفق معيار حجم التعرض ، والشهرة، والقِدم والإستخدام ، هي: [العربية نت ، شبكة الإعلام العربية (محيط) ، راديو سوا، إذاعة العراق الحر ، تلفزيون الشرقية ، الوكالة الوطنية للأنباء (نينا)].

وتم إختيار المواقع الإلكترونية مختلفة فيما بينها وفق الآتي:-

1. **من حيث النوع** (The research sample) :

إعتمد الباحث على تعدد أنواع المواقع ، إخبارياً، متمثلاً بموقعي شبكة الإعلام العربية (محيط) و الوكالة الوطنية للأنباء (نينا) ، والنوع الثاني، إذاعياً متمثلاً بموقعي ، راديو سوا ، و إذاعة العراق الحر، والنوع الثالث ، فضائياً ، متمثلاً بموقعي العربية نت ، و الشرقية ؛ والغاية من التنوع في المواقع للوصول الى معرفة إستخدامات الوسائط المتعددة والتباين فيما بينها في كل موقع وحسب نوعه.

2. **من حيث المكان** (In terms of place) :

الدراسة شملت (ستة) مواقع إلكترونية ، إثنان منهما عربية هي: موقع العربية نت ، وموقع شبكة الإعلام العربية ـــ محيط ـــ ، وإثنان أجنبيان ناطقان بالعربية هما موقعي: (راديو سوا ، وإذاعة العراق الحر) ، وإثنان عراقيان هما موقعي :(الوكالة الوطنية للأنباء (نينا) ، وتلفزيون الشرقية) ، والهدف من إختيار موقعين

عربيين وموقعيين أجنبيين ناطقيين بالعربية وموقعيين عراقيين، لضمان مقارنة مختلفة للتوصل الى نتائج تعكس واقع الإعلام الإلكتروني محلياً وعربياً وأجنبياً من حيث إستخدام الوسائط المتعددة.

وإعتمد الباحث طريقة الشهر الصناعي لكل مدة زمنية للحصول على عينة البحث إذ تم إختيار (30) يوماً لمدة البحث الأولى البالغة ثلاثة شهور هي:(حزيران ، تموز، آب) لسنة 2012 و (30) يوماً لمدة البحث الثانية البالغة ثلاثة شهور هي: (كانون الثاني ، شباط ، آذار) لسنة 2014، ووفقاً للآتي: الأيام العشرة الأولى من شهر الأول ، ثم الأيام العشرة الثانية للشهر الثاني ، والأيام العشرة الثالثة للشهر الثالث ، كما في الجدول أدناه:-

جدول (أ)

يوضح أيام المراقبة للمدتين الزمنيتين الأولى والثانية

المدة الزمنية الأولى 2012		المدة الزمنية الثانية 2014	
أيام المراقبة	إسم الشهر	أيام المراقبة	إسم الشهر
1 – 10	حزيران	1 – 10	كانون الثاني
11 – 20	تموز	11- 20	شباط
21 – 30	آب	21- 30	آذار

سابعاً: حدود البحث (Borders Search):

1. **الحدود المكانية** (Spatial boundaries):

حدد الباحث (ستة) مواقع، إثنان منهما عربية هما: (العربية نت، شبكة الإعلام العربية ـ محيط ـ، وموقعان أجنبيان ناطقان بالعربية هما: (راديو سوا، وإذاعة العراق الحر)، وموقعان عراقيان هما:(تلفزيون الشرقية، الوكالة الوطنية للأنباء ـ نينا)، وتم التركيز على دراسة (الصفحة الرئيسة) أولاً وماتبعها من صفحات للمواقع عينة البحث، كونها المدخل الرئيس للموقع الذي يشتمل على أهم الأخبار والأحداث والمعلومات المنشورة على شكل نص أو صورة أو فيديو أو صوت أو رسوم.

2. **الحدود الزمانية** (Temporal boundaries):

حدد الباحث مدتين زمنيتين كل واحدة بثلاثة أشهر، الأولى من 1/ 6/ 2012 وحتى 30/ 8/ 2012، والثانية من 1/ 1/ 2014 وحتى 30/ 3/ 2014، وهي مدة كافية لمعرفة إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والعراقية وللمقارنة بينهما.

ثامناً: وحدات التحليل وفئاته (The units of analysis and categories):

أ. وحدات التحليل (The units of analysis): وهي التي يتم عليها العد أو القياس مباشرة وهذه الوحدات تتكون في نموذج بناء رموز المحتوى.[1]

---

(1) د. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1 (القاهرة: عالم الكتب) 2000، ص233.

وقد حدد الباحث الباحث (خمس) فئات (categories) رئيسة بضمنها مجموعة من الفئات الفرعية لغرض الوصول إلى أهداف البحث ، وهي على النحو الآتي:

1. **فئة النص** (Text category):

تضمنت (سبع) فئات فرعية هي

أ. نص لعنوان ثابت (Text to a fixed address)

ب. نص لعنوان متغير (Text of the address of a variable)

ت. نص لشريط متحرك (Text of a moving bar)

ث. نص مع صورة ثابتة (Text with a static image)

ج. نص مع صورة متغيرة (Text with variable image)

ح. نص مع فيديو (Text with video)

خ. نص بتقنية الإختفاء والظهور (Text technology disappearance and appearance)

2. **فئة الصورة** (category image):

وتضمنت (سبع) فئات فرعية هي:

أ. صور ثابتة (Static image)

ب.صور متغيرة (Image variable)

ت. شريط صوري متحرك (bar moving)

ث. صورة كاريكاتير(Image Caricature)

ج.شريط صوري متحرك لفيديو (bar with a moving video)

ح.صورة إعلان (Image announcement)

خ.صورة بيانية (Graphic image)

3. **فئة الفيديو** (Video category):

وتضمنت (ثلاث) فئات ثانوية هي:

أ. فيديو مع النص Video with text

ب. فيديو ضمن شريط صوري(Video With Image bar)

ت. فيديو فقط (Video only)

4. **فئة الصوت** (Sound category):

وتضمنت (خمس) فئات فرعية هي:

أ. الصوت لوحده (Sound alone)

ب.الصوت مع الصورة (The sound with the picture)

ت.الصوت مع النص والصورة (Audio with text and image)

ث.الصوت مع الرسوم(Sound with fees)

5. **فئة الرسوم** (Category Animation)

وتضمنت فئتان هما:

أ.شكل بسيط (رسوم ثنائية) (The simple shape)

ب. شكل معقد رسوم متحركة (أفلام كارتون) (Complex shape)

تاسعاً : تعريف الفئات (Definition of categories)

1. **النص** (Text) :

هو مجموعة من البيانات مكونة من حروف ورموز يتم كتابتها ثم تخزينها بشكل يستطيع الحاسوب قراءته ويتم ادخال النصوص بواسطة لوحة المفاتيح أو عن طريق المساح الضوئي (سكنر)[1]

التعريفات الإجرائية للفئات الثانوية لفئة النص :

أ. نص لعنوان ثابت (Text to a fixed address) : يقصد به النص للعناوين الثابتة التي تكون على الصفحة الرئيسة للموقع إذ كثير من المواقع تستخدم هذا الإسلوب في إبراز نص لعناوين ثابتة في زاوية أو أكثر من صفحتها الرئيسة لتسهل للمتصفح إنتقاء ما يرغب بالإطلاع عليه.

ب. نص لعنوان متغير (Text of the address of a variable) : وهو إسلوب آخر تستخدمه المواقع الإلكترونية في أن تكون فيه نصوص متعددة لعناوين تتغير إلكترونياً وفق تقنية تصميم الموقع أو يمكن ان تُغير من قبل المتصفح من خلال إستخدام (الماوس) بالنقر على الأسهم الجانبية لليمين أو اليسار أو الأعلى والأسفل لتتغير العناوين وتصفحها.

ت. نص لشريط متحرك (Text of a moving bar): وهو تقنيه يستخدمها الكثير من المواقع الإلكترونية لاسيما للأخبار العاجلة ويكون على الغالب في أعلى

---

[1] محمد حسين بصبوص وآخرون ، الوسائط المتعددة تصميم وتطبيقات ،(عمان :دار اليازوري العلمية للنشر ، 2004) ص 18

الصفحة الرئيسة ، ويكـون شـريط متحـرك بإسـتمرار مـن جهـة اليسـار للـيمين ليستعرض نص العناوين.

ث. نص مع صورة ثابتة(Text with a static image): هو ما يرافق الصورة الثابتة من نص لعنوان فقط أو ملخص لخبر الصورة أو نص لشرحها فبعض المواقع الإلكترونية لاتستخدم تقنيات حركية وإنما فقط تعتمد على الصورة الثابتة.

ج. نص مع صورة متغيرة (Text with variable image) : وهو نص يرافق الصور المتغيرة لعدة أخبار وأحداث ومواضيع ، تلقائياً بحركة رأسية أو أفقية وغالباً ما تستخدم المواقع هذه التقنية في أعلى صفحاتها الرئيسة مع أخبارها الهامة ، أو يترك الموقع الخيار للزائر في أن يتصفح النصوص مع الصور المتغيرة بواسطة (الماوس) بالأسهم المرافقة لليمين أو اليسار أو أعلى وأسفل ليدخل على موضوع الصورة الذي يختارها.

ح. نص مع فيديو(Text with video): وهو نص يأتي على شكل عنوان أو ملخص مرفق يشرح موضوع الفيديو ليسهل للزائر معرفة محتوى الفيديو وجذبه للدخول إليه.

خ. نص بتقنية الإختفاء والظهور (Text technology disappearance and appearance): وهي تقنية تتعامل مع النص لإخفائه وظهوره وغالباً ما تستخدم مع الإعلانات ، وعناوين الزوايا الهامة أو جذب الزائر لموضوع هام أو خدمة ليطلع عليها ، وتعد من تقنيات التصميم الجمالية لشد إنتباه المتصفح.

2. **الصورة** (The image):

هي تعبير عن واقعة أوحـدث في مكـان وزمـان معيـنين ، وهـي في الصـحافة والإعلام تُغني عن الكثير من الكلام ، فضلاً عن إنها تضيف واقعاً ومصداقية للخبر

إذا كانت مأخوذة من زمان ومكان الحدث ، وتعد من إحدى الوسائط المتعددة لشرح الأفكار أو لعرض المعلومات ولزيادة متعة المشاهدة وأحياناً تغني عن العديد من صفحات الكتابة.[1]

التعريفات الإجرائية للفئات الثانوية لفئة الصورة:

أ. صور ثابتة (Static image): يقصد بالصور الثابتة هي تلك الصور التي لاتتغير بأخرى وفق تقنيات التصميم والحركة ، وإنما تبقى ثابتة مع الخبر وأي موضوع على الصفحة الأخرى كما في الصحف الورقية مع الأخبار والفنون الصحفية الأخرى.

ب. صور متغيرة (Image variable): وهي صور تتغير مع طبيعة تصميم الصفحة الرئيسة والتقنيات المستخدمة فيها إذ تتغير ذاتياً رأسياً او أفقياً مع عناوين الموضوعات أو من خلال تدخل الزائر بالنقر بالـ (الماوس) على الأسهم الجانبية لليمين واليسار ليطلع على المحتوى والدخول في تفاصيله.

ت. شريط صوري متحرك(bar moving): هو عبارة عن شريط لعدد من الصور لأخبار وأحداث ووقائع يتحرك بشكل رأسي أو أفقي ذاتياً أو من خلال تدخل الزائر ، تستخدمه المواقع في صفحاتها الرئيسة لإستدراج الزائر في إختيار ما يفضله من معلومات أوأخبار.

ث. صورة كاريكاتير(Image Caricature): وهي صورة لرسوم كاريكاتيرية تستخدمها بعض المواقع على صفحاتها الرئيسة معتمدة على رسامي كاريكاتير كبار لما لصورة الكاريكاتير من قوة جذب للمتلقي ، فضلاً عن ما يحتويه مضمون

---

[1] ينظر: محمد تيمور عبد الحسيب ومحمود علم الدين ، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والإتصال والتوثيق الإعلامي (القاهرة: دار الكتب العلمية ، 2003) ص196

الكاريكاتير من رسالة إعلامية سهلة وواضحة لمواضيع ساخرة أو ناقدة في كافة الميادين.

ج. شريط صوري متحرك مع فيديو(bar with a moving video): وهي تقنية تستعرض عدد من الصور لأحداث موضوع ملفات الفيديو المعروضة وبشكل متحرك لليمين او اليسار او رأسي وأفقي حسب تصميم الموقع ليسهل للزائر إختيار ما يرغب فيه من مشاهدة أي مقطع فيديو معروض.

ح. صورة إعلان (Image announcement): وهي الصورة التي ترافق الإعلانات التجارية والخدمية وغالباً ما تخصص المواقع الإلكترونية مساحة إعلانية على صفحاتها لتمويل نفسها.

خ. صورة بيانية(Graphic image): صورة تُستخدم مع الأخبار الإقتصادية والطقس والبحوث العلمية والدراسات والإستطلاعات لتوضيح مؤشرات ومخططات يستدل من خلالها الزائر معرفة ما يريده.

3. الفيديو(TheVideo):

هو مادة فلمية تحتوي على كل العناصر من النص والصورة والصوت فضلا عن الحركة ويعد أقوى وسائل الوسائط المتعددة تأثيراً في العملية التفاعلية ، ونستطيع دمج للقطات الفيديو سواء كانت فيديو مباشر أو فيديو رقمي لعرض مهام عمل ما وجعله أكثر جاذبية. [1]

---

[1] محمد تيمور عبد الحسيب ومحمود علم الدين ، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والإتصال والتوثيق الإعلامي ، مصدر سابق ، ص 130

التعريفات الإجرائية للفئات الثانوية لفئة الفيديو:

أ. فيديو مع النص (Video with text): هو ملف بالصوت والصورة المتحركة لخبر أو حدث يرافقه نص لعنوان أو ملخص يستدل من خلاله الزائر عن مضمون الفيديو لمشاهدته إذا رغب.

ب.فيديو ضمن شريط صوري(Video With Image bar): هو شريط صوري لمجموعة ملفات فيديو يتحرك الشريط أفقياً اوراسياً من خلال تدخل المتصفح او الزائر بالنقر بالماوس على الأسهم الجانبية المرافقة للشريط ليتسنى للزائر إستعراض صور ملفات الفيديو وإختيار ما يرغب بمشاهدته.

ت. فيديو فقط (Video only): وهو ملف فيديوي محفوظ بصيغ يمكن تشغيلها بسهولة من قبل المتصفح وتستخدمه المواقع الإلكترونية التي تكون تابعة لفضائيات، إذ تعرض على موقعها وبزوايا معنونة على صفحاتها الرئيسة أرشيفها الفيديوي لبرامجها ومقابلاتها وأخبارها السياسية والمنوعة الأخرى ليطلع عليها الزائر الذي فاتته مشاهدة البث المباشر من على الفضائية ليتابعه عبر موقعها على الإنترنت.

4. **الصوت**(The Sound) :

هو ملفات صوتية مباشرة أو غير مباشرة أرشيفية تستخدمه المواقع الإلكترونية لاسيما المحطات الإذاعية التي أنشأت لها مواقع على شبكة الإنترنت التي تدعو فيها المتلقين لمتابعتها عبر الإنترنت ، وهو من الوسائط التي تؤثر بشدة في العملية التفاعلية ،فهو يشد الانتباه ويسهل الحفظ ويعزز الصورة ، والصوت يمكن أن يكون

تماثلياً مثل الذي نسمعه من الراديو أو من شريط الكاسيت وهو ناتج عن موجات متصلة ، أو أن يكون صوتا رقمياً (Digital) كما هو الحال في الإنترنت. [1]

التعريفات الإجرائية للفئات الثانوية لفئة الصوت :-

أ.الصوت لوحده(Sound alone): وهو تطبيق تستخدمه المواقع الإلكترونية الإذاعية في بث مباشر لبراجها اليومية المعتادة عبر الإنترنت من خلال أيقونة خاصة على الصفحة الرئيسة للموقع.

ب.الصوت مع الصورة (The sound with the picture): هو ملف صوتي مرفقاً مع صورة ثابتة لخبر أو إعلان ليعلق بشأنها أو يشرح موضوعها. أوهي صورة ترافق الملفات الصوتية في المواقع الإلكترونية للمحطات الإذاعية ، لتضفي للصوت المسموع عبر الإنترنت واقعية الحدث أو لأضفاء جمالية لصفحة الموقع.

ت.الصوت مع النص والصورة(Audio with text and image): هو ملف صوتي مرفقاً مع نص وصورة ثابتة لخبر او أي موضوع آخر ، يُستمع له من خلال برنامج خاص للصوت الرقمي مثل (mp3) ، وغالباً ماتستخدمه المواقع الإلكترونية الإذاعية مثل موقع إذاعة سوا وإذاعة موقع العراق الحر عينة البحث.

ث.الصوت مع الرسوم(Sound with fees) : هو صوت توضيحي أو تعليق أو شرح لرسوم توضيحية وبيانية لمؤشرات أسهم المال والإقتصاد والنشرات الجوية والبحوث يرافق والرسوم البسيطة والمعقدة التعليمية أو إداء صوت حواري لرسوم كارتونية كأفلام الكارتون.

---

[1] ينظر: ـ سمير إسماعيل السيد ، تطبيقات الإنترنت والوسائط المتعددة ، ط1 (القاهرة: مكتبة عين شمس ،2003) ص 185

5. **الرسوم** (Animation) :-

هي كل ما تستخدمه المواقع الإلكترونية من رسوم كالرسوم البيانية فضلاً عن الرسوم المتحركة التي تعرض بعضها وراء البعض الآخر بشكل متتابع لتعطي في النهاية إحساساً بتحرك الرسومات على الشاشة على أكثر من مكان فيها.[1]

التعريفات الإجرائية للفئات الثانوية لفئة الرسوم :-

أ. شكل بسيط (The simple shape): وهي رسومات ثنائية بسيطة كالرموز والأيقونات مثل:(الهاتف ، البريد ، والكاميرا الفيديوية ، وكاميرا الصورة ، الصفحة الرئيسة ، اليوتيوب ، فيس بوك ، تويتر) ، وغيرها من الرسوم والرموز البسيطة التي أصبحت معروفة للزوار والمتصفحين.

ب. شكل معقد (Complex shape): هي رسوم أكثر تعقيداً من البسيطة وتحتاج الى جهد أكبر لاسيما إنها تعتمد على الحركة بشكل مستمر كأفلام الكارتون ، أو إستخدام الحركة (الفلاشية) من الجانب او من الأسفل حسب ما تقتضيه الحركة للشكل او الرسم وبما يشد إنتباه الزائر للموضوع.

---

[1] أحمد وحيد مصطفى ، الحاسب الآلي في الفن والتصميم (القاهرة: نقابة مصممي الفنون التطبيقية، 2003) ص 130

عاشراً : صدق الأداة وثبات التحليل(sincerity and consistency analysis tool):-

أ- **الصدق**(validity):

يقصد بالصدق صلاحية أو ملائمة طرق البحث، وأسلوب القياس لإستخلاص النتائج المطلوبة [1] وتتضمن إختبارات الصدق عدة أنواع منها : صدق المحتوى و الصدق المرتبط بمحك و صدق البناء و الصدق التنبؤي و الصدق التلازمي و الصدق الظاهري والصدق العاملي.[2]

ولقياس صدق استمارة التحليل إستخدم الباحث اختبار الصدق الظاهري والذي يهتم بجانبين من صدق المقاييس والأدوات وهما محتوى المقاييس والأدوات وبناءها وهما نوعان آخران من أنواع الصدق : صدق المحتوى ، وصدق البناء[3] وبذلك فإنه يشمل نوع المفردات وكيفية صياغتها ووضوحها ودرجة موضوعيتها[4] وعادة ما يتم الحصول على هكذا صدق من خلال عرض الأداة على عدد من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص لغرض الحصول على الاتفاق المطلوب على ملائمة الأداة للخاصية المراد قياسها [1][5]. إذ أن الأخذ بآراء الخبراء والتعديل الذي

---

(1) د. هادي نعمان محمد الهيتي ، الاتصال الجماهيري في العراق ،1977-1978: (رسالة دكتوراه ، جامعة القاهرة ، 1980) ص170.

(2) ينظر:ـ د. احمد سليمان عودة، د. فتحي حسن مكاوي ، أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية ، عناصره ومناهجه ، والتحليل الإحصائي لبياناته ، (الزرقاء:مكتب المنار ، 1987) ص159-160

(3) د. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، مصدر سابق، ص431

(4) عزيز حنا داود ، عبد الرحمن حسين ، مناهج البحث التربوي (بغداد : جامعة بغداد – كلية التربية (ابن رشد) ،1990، ص120.

(5) Jense, A.R. Bias in mental Testing , Methuen .Co , London - ,(1980).p.287

يجري في ضوء ملاحظاتهم على ما جاء في أداة البحث يعد مؤشراً على صدق الأداة المستخدمة .

لذلك فقد تم عرض استمارة التحليل على خبراء أكاديميين ، وكانت نسبة الإتفاق على الاستبيان (90٪) وهي نسبة تضفي على استمارة التحليل الصدق والصلاحية لما وضعت أصلا لقياسه .

ب.الثبات (reliability) :-

الثبات يعني التوصل إلى اتفاق في النتائج بين الباحثين الذين يستخدمون الأسس والأساليب نفسها في دراسة موضوع البحث عند تطبيق الاختبار في أوقات مختلفة.[1] وتوجد طرق تجريبية وإحصائية عدة لتحديد الثبات منها : طريقة إعادة الاختبار ، وطريقة التجزئة النصفية ، وطريقة الثبات عن طريق الصورة المتكافئة.[2] وقام الباحث بإعادة التحليل بعد ثلاثة أسابيع من إكمال التحليل الأول في أيلول 2013 ، وكانت النتائج متطابقة بين التحليلين ولم تظهر أية نسبة إختلاف.

---

[1] ينظر :-

- د. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، ط1،(جدة:المكتبة الفيصلية، 1987) ص178.

Anastasi , "psychology Testing " , New york , Machillan Co. p. 109.-

[2] ينظر:-

- د.جودت عزت عطوي ،أساليب البحث العلمي مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية ،(الناشر: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع) 2000 ، ص125- 126.

- د. احمد سليمان عودة، د. فتحي حسن مكاوي ، أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية ، عناصره ومناهجه ، والتحليل الإحصائي لبياناته ، مصدر سابق ، ص161.

حادي عشر: تحديد المصطلحات (Define Terms):

1. الوسائط المتعددة (Multi Media): يعرفها البعض بأنها دمج أنظمة مختلفة ، حاسوب ونصوص ومرئيات ساكنة ومتحركة وصوتيات واتصال، في نظام واحد يوضع في متناول المتلقي.[1] ، أو هي برامج تمزج بين الكتابة والصور الثابتة والمتحركة والتسجيلات الصوتية والرسوم الخطية والفيديو لعرض الرسالة التي تمكن المتلقي من التفاعل معها مستعينا بالحاسوب.[2] أو توظيف النصوص والجداول والرسوم البيانية والصور الثابتة والحركة والرسوم المتحركة والصوت والفيديو بكيفية مندمجة ومتكاملة من خلال وسيط وذلك لتقديم رسالة تواصلية فعالة قادرة على تلبية حاجات المتلقي وتكيفه مع قدراته الإدراكية.[3]

ويرى الباحث أن جميع التعريفات السابقة وإن إختلفت بالتعبير فمرة وصفتها (بأنها دمج أنظمة مختلفة ،أو برامج تمزج بين الوسائط المتعددة ، أو توظيف الوسائط المتعددة) إلا أنها تتفق على أن الوسائط المتعددة هي مجموعة النصوص والصور والفيديو والصوت والرسوم المستخدمة بواسطة برامج تتعامل مع أجهزة الحاسوب والإنترنت لتضيف للرسالة الإتصالية فعالية وقبول أكثر من قبل المتلقي الذي يتصفح المواقع الإلكترونية من على شبكة الإنترنت.

---

[1] حسنين محمد شفيق ، تكنولوجيا الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والانترنت (دمشق: رحمة برس للنشر ، 2007) ص20

[2] عبد الحميد بسيوني ، استخدام وتاليف الوسائط المتعددة (القاهرة : دار الكتب العلمية ، 2005) ص5 .

[3] عبد الأمير الفيصل ، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي ، بحث منشور ، مجلة الآداب ، بغداد ، العدد 74 ، 2006 ، ص364.

2.الإعلام الإلكتروني (Electronic Media) : نوع جديد من الإعـلام يشـترك مـع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة ، إلا أنه يختلف عنـه مـن حيـث أنـه يعتمد على تكنولوجيا الإتصال الإلكترونية ومنها الإنترنـت الـذي يعـد وسـيطاً جامعاً لبقية وسائل الإعلام التقليدية والحديثة بهدف إيصـال المضـمون المطلـوب بأشكال متميزة ومؤثرة ومقنعة، وبطـرق إلكترونيـة تجمـع بـين الـنص والصـورة والصوت والفيديو والرسوم مما يمكن للمُرْسِل والمُتَلقي مناقشة المضامين الإعلامية التي يستقبلها، سواء مع إدارة الموقع، أو مع مُتَلقين آخـرين باسـتخدام الإنترنـت تحديداً.[1]

3. الإنترنت (Internet): إنترنت في الإنجليزية (Internet) يتكون من مقطعين الأولى inter التي يعني (بين) والثانية كلمة(net) التي تعني شبكة، أي(الشبكة البينيـة) و الاسم دلالة على بنية إنترنت باعتبارها (شبكة ما بـين الشـبكات) أو شـبكة مـن شـبكات (بالإنجليزيـة: a network of networks) أو (interconnected networks)، و مع هـذا فقـد شـاعت خطـأ في وسـائل الإعـلام العربيـة تسـمية (الشبكة الدولية للمعلومات ظنا أن المقطـع inter في الاسـم هـو اختصـار كلمـة "international" التي تعني دولي.[2]

و كما يدل اسمها فإن شبكة إنترنت هي شبكة ما بين عدة شـبكات تـدار كـل منها بمعزل عن الأخريات بشكل غير مركزي و لا تعتمد أيـا منهـا في تشـغيلها علـى الأخريات، كما قد تستخدم في كل منها داخليا تقنيات حاسوبية و شبكية مختلفة، و ما

---

(1) رامي أكرم شريم ، الإعلام الإلكتروني العربي ـ مقارن نقدية (مجلة الإذاعات العربية ، العدد الرابع ، تونس 2001) ص 20

(2) شادي محمد ، تعريف شبكات الإنترنت sciencelight.wikispaces.com/file/view .www استقت بتاريخ 25 تموز 2013

يجمع بينها هو أن هذه الشبكات تتصل فيما بينها عن طريق بوابات تربطها ببروتوكول مشترك قياسي هو بروتوكل إنترنت.

والإنترنت يمكن تعريفها بأنها : مجموعة متصلة من شبكات الحاسوب التي تضم الحواسيب المرتبطة حول العالم، و التي تقوم بتبادل البيانات فيما بينها بواسطة تبديل الحزم باتباع بروتوكول الإنترنت الموحد (IP) وتقدم العديد من الخدمات مثل الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب)، و تقنيات التخاطب، و البريد الإلكتروني، و برتوكولات نقل الملفات FTP ، إذ تمثل الإنترنت اليوم ظاهرة لها تأثيرها الإجتماعي و الثقافي في جميع بقاع العالم، و قد أدت إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل و التعليم و التجارة و بروز شكل آخر لمجتمع المعلومات.

4. المواقع الإلكترونية (Web Sites) : يطلق عليها بالانكليزية(Web Sites) ويتم الوصول إليها عبر محدد موقع المصدر URL (Uniform Resource Locator) أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مُستعرِض الويب ،(Web browser) ، ولها أنواع وإشكال مختلفة. [1] وهي مجموعة من العناصر أو ما يمكن تسميته بالصفحة، وكل موقع يتكون من مجموعة من الصفحات ، ويطلق على مجموعة المواقع ذات الإهتمامات المختلفة تسمية عالم الوورد وايد ويب (World Wide Web).[2]

---

[1] فارس حسن شكر المهداوي ،صحافة الانترنت ، دراسة تحليلية للصحف الالكترونيةالمرتبطة بالفضائيات الاخبارية ، "العربية. نت نموذجاً ، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال ، مقدمة الى مجلس كلية الاداب والتربية. الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، 2007 ، ص 21

[2] وائل ابو معلي وآخرون، مقدمة الى الانترنت، (عمان، دار السيرة للنشر والتوزيع، 2000) ص27.

ثاني عشر : الدراسات السابقة(Previous studies):-

مع تطور الإنترنت وتعدد إستخداماته الكثيرة التي منها الإعلام الإلكتروني، بدأ الباحثون والدارسون في مجال الصحافة والإعلام يضعوا إهتمامهم في البحث والتقصي في مجال إستخدام الإنترنت للإعلام الرقمي الجديد ، وعلى الرغم من المدة القليلة لإستخدام هذا النوع من الإعلام في الإنترنت التي بدأت بشكل فعلي في تسعينيات القرن الماضي إلا أنه حظي بدراسات وبحوث وتأليف كتب عديدة في هذا المضمار.

ومن خلال متابعة الباحث لبعض الدراسات التي توفرت له وجد هناك دراسات شملت بشكل كلي أو جزئي لإستخدامات الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني ، إلا أن هذه الدراسات تختلف نوعاً ما عن دراسته التي تخصصت بإستخدامات الوسائط المتعددة من حيث (النص ، الصورة ، الفيديو ، الصوت ، الرسوم) لمواقع صحفية إلكترونية ، وإذاعية ، وفضائية في عينة بحث شملت مواقع عربية ومواقع ناطقة بالعربية ومواقع عراقية ، ويرى الباحث إن دراسته تنفرد عن باقي الدراسات الأخرى في موضوعها الذي يبحث في مدى إستخدام الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية المختلفة (إخبارية ، إذاعية ، فضائية) ، إذ أنها ستعمل على معرفة التباين في إستخدام الوسائط المتعددة ومدى أهميتها في إنجاح الموقع وجذب المتلقي ، وتسهم في وضع صورة واضحة للقائمين على المواقع الإلكترونية في تطويرها من خلال الوسائط المتعددة بما يتلائم والتقدم التكنولوجي الكبير في مجال الإنترنت ووسائل الإتصال والإعلام.

ومن الدراسات السابقة التي نشير لها هنا التي نعدها من البحوث والدراسات القريبة من موضوع إطروحتنا هي كما يلي:-

1.(تجربة الصحافة الألكترونية المصرية والعربية:الواقع وآفاق المستقبل)[1]. دراسة تناولت مدى اختلاف الصحف الإلكترونية عن النسخ المطبوعة من الجرائد، ومدى الإستفادة من تكنولوجيا الوسائط المتعددة في الصحافة الإلكترونية العربية مقارنة بالصحافة الإلكترونية العالمية وأبرز المشكلات الفنية التي تواجه القائمين على إصدار هذه الصحف والتصورات المطروحة للقضاء عليها . وقد توصلت الباحثة إلى جملة من النتائج أبرزها : عدم إستخدام الصحف العربية لإمكانات الوسائط المتعددة ، مع عدم سعي هذه الصحف للإستخدام الوظيفي للتقنيات ؛ حيث أكتفت الصحف العربية في إستخدامها للنص التشعبي على الربط بين الأيقونات الموجودة في الصفحة الرئيسة والموضوعات المرتبطة بها دون ربط هذه الموضوعات بأرشيف الجريدة ، أو بمواقع أخرى تضيف للقارئ تفاصيل أعمق عن الحدث .

وهذه الدراسة تؤكد أيضاً عدم إستخدام المواقع الإلكترونية للصحف للوسائط المتعددة ، وهذا ماندعو إليه في إطروحتنا.

2. (الإعلام العربي في شبكة الانترنت)[1] حاولت هذه الدراسة التعرف على مدى استثمار وسائل الإعلام العربية (صحف ، مجلات، محطات راديو، قنوات تليفزيون) للمزايا التقنية والخدمات التفاعلية التي توفرها شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، ودرجة توفير تلك المواقع لعناصر المحتوى التي تدعم الوسيلة الإعلامية التي تصدر عنها.

---

[1] نجوى عبد السلام فهمي ، تجربة الصحافة الألكترونية المصرية والعربية:الواقع وآفاق المستقبل ، دراسة منشورة في المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، (العدد الرابع ، 1998) ص 203

[1] د.حسن محمد حسن منصور، الإعلام العربي في شبكة الانترنت ، دراسة تحليلية تقويمية لعينة من مواقع وسائل الإعلام العربية علي شبكة الانترنت ، مقدمة لجامعة الأزهر ،مصر ، 2007).

وأشارت النتائج إلى أن 23٪ من مواقع الدراسة تقدم المحتوى الصوتي، إلا أن نسبة مواقع الصحف والمجلات التي تقدم المحتوى الصوتي لم تتجاوز7.6٪، وقدمت 19٪ تقريباً من مواقع الدراسة مواد الفيديو، ارتفعت النسبة إلى 40٪ في مواقع الراديو والتليفزيون، وهذه الدراسة هي الأقرب لموضوع إطروحتنا وإن إختلفنا معها في تحديد عناصر قياس تنويع خيارات المحتوى الذي إعتمدنا فيه خمسة عناصر هي (النص ، الصورة ، الفيديو ، الصوت ، الرسوم) وتوصلنا من خلالها إلى نسب مئوية لإستخدام الوسائط المتعددة في كل موقع لعينة البحث كما جاءت تفاصيله في الفصل الرابع من الإطروحة.

3.(تكنولوجيا الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والانترنت)[1] وهي دراسة ، تناول مدى أهمية تكنولوجيا الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي ، والدراسة تبحث في ماذهبت إليه نتائج إطروحتنا في أهمية إستخدام الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني حيث تطرق الباحث في فصوله الى إستخدامات الوسائط المتعددة، والتطبيقات المختلفة لها سواء في المجالات العامة المتمثلة في التعليم، والتدريب، وألعاب الكمبيوتر، وفيديو المؤتمرات، وأنظمة السفر، والبنوك، وغيرها كثير، أو في المجال الإعلامي والانترنت في الصحافة، والكتب الالكترونية، والإعلانات، والدعاية الالكترونية، والتلفزيون التفاعلي، والفيديو الرقمي وألعابه، والسينما الرقمية والتفاعلية.

---

(1) حسنين محمد شفيق ، تكنولوجيا الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والانترنت، دمشق: رحمة برس للنشر ، 2007.

4. توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية الصحفية العراقية مواقع (الحوار المتمدن ، أصوات العراق، عراق الغد) إنموذجاً [1]، وهي دراسة تؤكد أهمية الوسائط المتعددة ودورها الفعال في البيئة الالكترونية الجديدة ، سيما أن المضامين والمواد المنشورة في المواقع الالكترونية الصحفية تبقى أسيرة الجمود والرتابة ما لم تستعن بعناصر الوسائط المتعددة في دعمها وتعزيزها ، وإقتصرت الدراسة على رصد المواقع الالكترونية الصحفية العراقية ومراقبتها على وفق ما تقدمه لجمهورها من مواد منشورة عبر توظيفها للوسائط المتعددة ، وخلصت الدراسة الى أن المواقع الإلكترونية عينة البحث إستخدمت أربعة وسائط وبشكل متفاوت فيما بينها هي (النص ، الصورة ، الصوت ، الفيديو) وكان النص الأكثر إستخداماً ، فيما عنصر الصوت كان إستخدامه ضعيفاً ، والدراسة وإن كانت قد تناولت توظيف الوسائط المتعددة في الموقع الإلكترونية إلا أنها تناولت عينة بحث من نوع واحد وهي المواقع الإلكترونية الصحفية فقط ، فيما إطروحتنا تناولت ذلك بشكل أوسع لمواقع إلكترونية إذاعية وفضائية وإخبارية بما فيها عربية وأجنبية ناطقة بالعربية وعراقية وهذا ما يجعل دراستنا تأخذ بعداً أوسع في معرفة إستخدامات الوسائط المتعددة والتفاوت في توظيفها.

---

(1) علاء صالح فياض العبودي ، توظيف الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية الصحفية العراقية مواقع (الحوار المتمدن ، أصوات العراق، عراق الغد) إنموذجاً، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام– جامعة بغداد وهي جزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في الإعلام (قسم الصحافة) ، 2011

5. حدود تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الصحافة العراقية مع دراسة لاستخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية العراقية [1]، تتناول الدراسة تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الصحافة الالكترونية العراقية والتعرف على مستوى استخدام الوسائط المتعددة في المواقع الالكترونية العراقية التابعة لصحف يومية مطبوعة منتظمة الصدور ، إذ خصص الدراسة المبحث الثالث من الفصل الرابع للدراسة الميدانية لمعرف إستعمال الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العراقية، وإقتصرت الدراسة أيضاً على مواقع إلكترونية صحفية عراقية فقط دون تناول مواقع إلكترونية أخرى إذاعية وفضائية وإخبارية ، وهذا ما يجعل وجه المقارنة محدود لاسيما أن المواقع الإلكترونية العراقية بطبيعتها لديها ضعف في إستخدام الوسائط المتعددة ، وتوصلت الرسالة في إستنتاجها الى أن المواقع الالكترونية الصحفية العراقية أغفلت أهمية استخدام الوسائط المتعددة الأخرى في عملها من حيث عدم استخدام المواد السمعية والمرئية والرسوم المتحركة ، وهذا ما تذهب اليه إطروحتنا ولكن بشكل أوسع من خلال عينة بحث أكبر لاتقتصر على مواقع عراقية فقط وإنما مواقع عربية وأجنبية ناطقة بالعربية لمعرفة التباين فيما بينها بإستخدام الوسائط المتعددة.

---

(1) جاسم محمد شبيب الكاظم العيسى ،حدود تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الصحافة العراقية مع دراسة لاستخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية العراقية ، رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام في جامعة بغداد ، 2008

2

الفصل الثاني

الإنترنت وتكنولوجيا الإتصال والإعلام الإلكتروني

Chapter Two Internet and CommunicationTechnology and Electronic Media

المبحث الأول: الإنترنت المفهوم والنشأة وتكنولوجيا الإتصال

Internet Concept, Evolution and communication technology

المبحث الثاني: النشر الإلكتروني Publishing Media

المبحث الثالث: الإعلام الإلكترونيElectronic Media

المبحث الأول

الإنترنت المفهوم والنشأة وتكنولوجيا الإتصال

Internet Concept, Evolution and communication technology

أولاً: مفهوم شبكة الإنترنت (Concept of the Internet)

تلاحم ثلاث ثورات كونية هي ثورة المعلومات ، وثورة الاتصالات ، وثورة الحواسيب ، أنتجت الإنترنت التي تمثل أبرز النماذج العالمية في الاستفادة من خدمات الشبكة الرقمية المتكاملة (Integrated Digital Network)، من خلال ربطها بالآلاف من شبكات الحواسيب المنتشرة في بقاع العالم بعضها ببعض ، ويستخدمها الملايين من البشر.

إذ حقق الإنترنت ثورة معلوماتية وإتصالية ، وذلك من خلال تقديمها شكلا جديدا من أشكال التواصل البشري بما يسمى (التواصل الجماهيري الثنائي الإتجاه غير الخاضع للرقابة).[1] وكما يرى الشهري أن الإنترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والإندماج التقني بين العديد من وسائل الإتصال.[2]

والإنترنت (Internet) كلمة مشتقة من شبكة المعلومات الدولية التي يطلق عليها عدة تسميات منها النت (The Net) أو الشبكة العالمية (World Net) أو

---

[1] صابر فلحوط ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، (دمشق: دار علاء الدين) 1999، ص 8

[2] فايز عبد الله الشهري ، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الأتصال الجديدة (دبي: ، دار الحكمة) 2003 ، ص 21

الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات (Electronic Super High Way)[1] ، أو الـ(ويب) الشبكة العنكبوتية العالمية (world wide web) وهي عبارة عن طريقة جديدة للبحث تعتمد على الروابط النصية المتعددة أو المتشعبة (Hypertext).[2] ونظراً لحداثة الانترنت وارتباطها بشكل وثيق بالتقنيات المستحدثة والمتلاحقة فقد ظهرت تعاريف عديدة لها من قبل الباحثين حسب طبيعة عملهم واستخدامهم للشبكة او حسب المجال الذي تتم دراسته ، إذ يرى ريتشارد ج.سميث ومارك جيتس أن تعريف الإنترنت يعتمد على عمل ، وحاجة الشخص الذي يريد تعريفها ، حيث يرى المستخدم العادي الإنترنت بشكل مختلف عن مايراه المهني أو المهندس.[3] فهناك من يُعرف الانترنت بانه مجموعة هائلة من الشبكات مرتبطة بخطوط هاتفية وأسلاك وأقمار صناعية [4] ، اذ يتمكن مستخدموها من المشاركة في تبادل المعلومات ويحتوي على مجموعة كبيرة من العناصر التي يجعلها تعمل وتنفرد وتتميز بعملها ومنها المعدات والحواسيب والمعلومات والبرامج والمستخدمون.[5]

ويقول(تيم بيرنيرز) وهو مؤسس الإنترنت في مقال نشره عام 1993 (إن وضع تعريف للإنترنت يعد عملية تشبه الفرق بين الدماغ والعقل ، فبإكتشاف

---

(1) نادية صابرالأحمد.الانترنت قوة الاعلام الجديدة. أستقت بتاريخ 9/ 3/ 2008 www.aljazirah.com

(2) الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة،(العين، دار الكتاب الجامعي) 2004 ، ص194.

(3) عبد الملك ردمان الدناني ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت ، ط1 (القاهرة: ، دار الفجر) 2003 ، ص111

(4) كارل ريتش ،كتابة الاخبار والتقارير الصحفية ، ترجمة عبد الستار جواد (الإمارات: دار الكتاب الجامعي) 2002، ص602.

(5) بشير العلاف ، التسويق في عصر الانترنيت والاقتصاد الرقمي ، (القاهرة: منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية) 2003 ، ص5 .

الإنترنت تجد أسلاكا وكمبيوترات ، أما بإستعراض الشبكة نفسها فستجد شتى المعلومات).[1]

وفي ظل التطورات الاتصالية الهائلة التي يعيشها العالم أصبحت شبكة الانترنت ظاهرة واسعة الانتشار ووسيلة إتصال وإعلام تكنولوجية عالية الجودة جديدة ومؤثرة تتميز بالاستقلالية واللامركزية ، تربط سكان العالم بعضهم البعض بسرعة فائقة وقدرة إستيعابية واسعة حتى باتت جزءاً مهما من حياة الأفراد والمؤسسات ، وقد وسَعَ إستخدام الإنترنت في الإتصال الإنساني مفهوم الإتصال التقليدي ليشمل الإتصال الإنساني التبادلي عبر أجهزة الكمبيوتر أو مايسمى (computer mediated communication) وكذلك الإتصال القائم على الإنترنت أو مايسمى (Internet-based communication).[2]

وتعتمد هذه الأنظمة الإتصالية الجديدة على الحاسبات المرتبطة فيما بينها بشبكات إتصالية والتي تُعْرَفُ بإسم أنظمة الإتصال بواسطة الحاسبات، وتضمن هذه الأنظمة الجديدة عملية نقل المعلومات وتبادلها، والقدرة على التعبير النصي والحركي والصوتي، فضلاً عن ماتوفره من قدرة على إسترجاع البيانات من قواعد البيانات الفورية، وتبادل الإتصال بين الأفراد ويتم ذلك كله عن طريق شبكات الإتصال

---

(1) سعود صالح كاتب ، الإعلام القديم والإعلام الجديد،(جدة: مكتبة الشروق) 2003 ص53

(2) حسني محمد نصر: الإنترنت والإعلام، الصحافة الإلكترونية، ط1 (الناشر : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع)1424 هـ ، استق عرض الكتاب من الانترنت ، موقع الاسلام اليوم ، بتاريخ 7-11-2009 ، ص52.

التفاعلي (Telecommunication network) وهي جزء من أنظمة أكبر تسمح بتبادل المعلومات بشكل تفاعلي بين مجموعة من المستخدمين في أماكن متعددة. [1]

ثانياً: نشأة وتطور شبكة الإنترنت (Origins and evolution of the Internet)

إن الفكرة الأولى للإنترنت تعود إلى العام 1945 عندما طرح (فانيفار بوش) آلة أطلق عليها اسم (ميمكس ماشين) لتنظيم المعارف الإنسانية والربط بينها وتمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة إلكترونية والوصول إلى المعلومات المرتبطة بها، وفي عام 1947 طوّرت شركة (إيه تي أند تي) الأمريكية المتخصصة في مجال الترانزستور هذا النظام الذي قاد إلى الثورة الرقمية وتكنولوجيا الضغط الرقمي ، ومن الإسهامات العلمية التي قادت إلى ظهور الإنترنت فكرة (النص الفائق) التي قدمها (تيد نيلسون) عام 1962، ولم ينتقل هذا إلى حيز التطبيق إلاّ بعد أربعة أعوام من قيام وكالة المشروعات البحثية المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكية، والتي وضعت الأساس لقيام أول شبكة إليكترونية تربط عدداً من أجهزة الكمبيوتر، وتسمح بتبادل المعلومات بينها، وهي شبكة (اربانت) (Arpanet) التي بدأت العمل الفعلي عام 1969.[2] وهي شبكة معلومات أنشأتها وزارة الدفاع الأمريكية لدعم المشاريع والبحوث العلمية في مجال الدفاع والشؤون العسكرية. وظلت (الأربانت) مقتصرة على استخدام وزارة الدفاع حتى عام 1986م حيث فتح المجال أمام الباحثين

---

(1) محمود خليل: الصحافة الإلكترونية، المفاهيم والأدوات، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الحادي عشر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، حزيران 2005، ص4.

(2) د. حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام..الصحافة الالكترونية ، مصدر سابق ص 53

والأكاديميين لاستخدام هذه الشبكة على نطاق أوسع وارتبطت معها شبكات أكاديمية عديدة وبذلك تحولت الأربانت إلى الإنترنت.[1]

واستطاع الانترنت خلال بضعة عقود من الزمن أن تسهم في تغيير الثقافات والمواقف في شتى مجالات الحياة وخاصة على وسائل الإعلام التقليدية ومناهج دراستها وطرق تحليلها من خلال تأثيراته الإنسانية والإجتماعية ، وفقاً لمقولة (مارشال ماكلوهان)* الاتصالية الشهيرة(The Medium is The Message) التي جوهرها نظرية اتصالية تتمحور حول مفهوم أن المجتمع يتشكل ثقافياً بفعل طبيعة الوسيلة التي يتواصل الناس بواسطتها اكثر مما يتشكل بفعل(الرسالة) مضمون وسيلة الاتصال ذاتها.[2]

وبفضل التطورات التي يشهدها قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات تمهدت السبل أمام أعداد كبيرة من الناس ليتحولوا إلى البيئة الالكترونية (الانترنت) للحصول على المعلومات ... هو ما جعل الانترنت وسيلة وأداة ضرورية في الاتصالات بكافة أشكالها في القرن الحادي والعشرين تنافس وسائل الإعلام التقليدية في أهدافها سواء تعلق الأمر بالكم الهائل من المعلومات أم التثقيف أو التسلية

---

(1) ربحي مصطفى عليان ومنال القيسي ، استخدام شبكة الإنترنت في المكتبات الجامعية (دراسة حالة لمكتبة جامعة البحرين) ، (رسالة المكتبة، المجلد 34، العدد 4، 1999م)، ص 4- 28.

* مارشال ما كلوهان ، (1911 - 1980م). أستاذ وكاتب كندي أحدثت نظرياته في وسائل الاتصال الجماهيري جدلاً كبيرًا، فهو يرى أن أجهزة الاتصال الإلكترونية ـ خاصة التلفاز ـ تُسيطر على حياة الشعوب، وتؤثر على أفكارها ومؤسساتها

(2) خلدون الشمعة ، الماكلوهانية ، الفكر العربي (مجلة تصدر عن معهد الانماء العربي ، بيروت) ، السنة الاولى،العدد السادس، تشرين الثاني ، 1978

والإمتاع مكنها من ذلك أيضا قدرتها على الجمع بين إمكانات التلفزيون والراديو والصحيفة والهاتف في وقت واحد.[1]

وأهم ما يميز الإنترنت ، أن الطريقة التي يحدث فيها الإتصال على الشبكة يختلف إلى حد ما عن الحال في وسائل الإعلام التقليدية، كالصحف، والراديو، والتلفزيون، إذ تمتلك الإنترنت القدرة على نقل الرسائل من شخص واحد إلى جماهير من المستقبلين،[2] فهي تضم أكثر من نمط إتصالي: شخصي وجمعي وجماهيري دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال الإتصالية.

لذا فالتكنولوجيا الحديثة قد فرضت على الإعلام التغير ليصبح تواصلاً، أي حوار ذو إتجاهين لا مجرد إعلام أحادي من المرسل الى المتلقي ، وإنما تجاوز ذلك إلى مهام التعلّم والتعليم والترفيه وإسترجاع المعلومات، فضلاً عن التراسل عبر البريد الإلكتروني والتحاور عن طريق حلقات النقاش وعقد المؤتمرات عن بُعد.[3]

ثالثاً : مكونات شبكة الإنترنت(Components of the Internet)

تتضمن شبكة الإنترنت على عدة مكونات أساسية ليتم من خلالها العملية الإتصالية وتبادل المعلومات وهي :

---

(1) مي العبد الله ، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة .نموذج جريدة النهار.مؤتمر صحافة الانترنت:الواقع والتحديات. جامعة الشارقة 2005

(2) فايز عبد الله الشهري: التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الإتصال الجديدة، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الأول لأكاديمية شرطة دبي، 2003، ص9.

(3) نبيل علي: الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2001)، ص264

أ. إدارة الإنترنت(Internet management) : ترتكز على مجموعة اتفاقيات عالمية ومشاورات بين المهندسين ، والتنفيذ بواسطة الهيئات العامة والجهات الخاصة التي تقوم مجتمعة بتخصيص العناوين وصيانة الممرات(Routes).

ب. مستخدمو الإنترنت(Internet users) من الأفراد والمؤسسات.

ت. الخدمات والمعلومات(Services and information) : وهي تتنوع بتنوع المعارف والعلوم وحاجات مستخدمي الشبكة والحاجات الإنسانية ، مثل البريد الإلكتروني ، المجموعات الإخبارية ، المنتديات ، الدردشة .

ث. تقنيات التكنولوجيا(Techniques technology): التي تضم:-

أولاً: الأجهزة الحاسوبية المستخدمة للإرتباط بالشبكة (Hardware) وما يتصل بهذه الأجهزة مثل الفاكس مودوم ، والبطاقات المساعدة مثل بطاقات الصوت، والشاشة ، وغيرها.

وثانياً: البرمجيات التي تربط أقسام الإنترنت والمستفيدين الذي يتكون من البرامج اللازمة (Software) للإرتباط بالشبكة كبرامج الوسائط المتعددة Multimedia وبرامج التصفح مثل (Internet Explorer) وفاير فوكس وغيرها.[1]

رابعاً: مكونات العملية الإتصالية بعد ظهور الإنترنت

Components of communication process after Zaoralanturnt

إقتصرت العملية الإتصالية عبر وسائل الإعلام التقليدية على (المرسل والرسالة والمتلقي والوسيلة و التغذية المرتدة غير الفورية) إلا أنه بعد ظهور الإنترنت

[1] محمود حسن أسماعيل ، مبادىء علم الأتصال ونظريات التأثير ، ط1 (القاهرة : مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع) 1998 ، ص62

دخلت تغيرات جوهرية في مكونات العملية الإتصالية وأصبحت أكثر ديناميكية وتفاعلية وفق التالي:[1]

1. المرسل (Sender): بعدما كان المرسل الوحيد الذي يمتلك مهارات إعداد الرسالة الإعلامية فقد ظهر إلى جانبه بفضل الإنترنت ووسائل الإتصال الحديثة (المواطن الصحفي)(citizen journalist) ، الذي بإمكانه أن يراسل صحيفة إلكترونية أو ينشر صحيفة على الويب أو محطة إذاعية في موقع على الإنترنت ، وبإمكانه أن يرسل معلومات وصور ومقاطع فيديو لأي موقع إلكتروني أي أن المُرْسِل تحول إلى مُتَلقٍ.

وأصبح بإمكان الجميع أن يكون مرسلاً (الأشخاص والمؤسسات) عبر الإنترنت.[2]

2. الرسالة (Message) : لم يقتصر التغيير على المرسل فقط وإنما أيضاً الرسالة تغير شكلها وتحريرها وصناعتها ومضمونها، فالوسائط المتعددة بكافة إستخداماتها إندمجت في شاشة الحاسوب بشكل يمكن مطالعة الأخبار، وأي موضوع عن طريق قراءة النص والإستماع إلى الصوت ومشاهدة الصور و(الفيديو) التي تعبر عن مضمون النص الأصلي في آن معاً .[3]

3. الوسيلة (Means): وهي أكثر مكونات العملية الإتصالية تغيراً فبعدما كانت تقتصر على حاسة واحدة أو حاستين في الإنسان ، بالنسبة للإعلام التقليدي ،

---

[1] المصدر نفسه ص 62

[2] ينظر: ـ نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام، ظلال وأضواء، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2004)، ص 151.

[3] محمد جاسم فلحي: النشر الإلكتروني، الصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع) 2005، ص16.

فمثلاً في الصحافة تخاطب حاسة البصر، والراديو يخاطب حاسة السمع، والتلفزيون يخاطب حاستي البصر والسمع، إلا أن الإنترنت جاء ليخاطب الحواس الإنسانية ومدركاته العقلية [1] عبر الوسائط المتعددة (Multimedia) التي تفرض أنماطاً من الإنفعال والإستيعاب والسلوكيات والإستجابات المتباينة.[2] وتعني أن مايُنْقَلَ عبر الإنترنت لايقتصر على النصوص المكتوبة فقط وانما يشمل إلى جانب النصوص الصوت والصور والرسوم المتحركة ولقطات الفيديو والخيال والأفلام وبذلك فإن قدرة الإنترنت على مخاطبة الحواس البشرية تفوق قدرة أية وسيلة أخرى.[3]

4. المتلقي (Receiver): أصبح بإمكان المُتلقي أن يكون المشارك في صناعة الرسالة الإتصالية وليس مُتلقياً لها فقط ، فمواقع الإنترنت أغلبها تسمح للمستخدمين إبداء الرأي أو إضافة اية معلومات نصية أو صورية ورسوم. [4] اي أن المُتلقي أصبحت له القدرة على المشاركة الفعالة في العملية الإتصالية؛ في تبادل المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المُرْسِل، بعدما كان دور المُتَلقي هو مجرد تلقي المعلومات فقط، وأصبح التمييز بين المُرْسِل والمُتَلقي في ظل إستخدام

---

(1) حسني محمد نصر، الإنترنت والإعلام، مصدر سابق، ص54.

(2) محمد جاسم فلحي: النشر الإلكتروني، الصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، مصدر سابق، ص17.

(3) فريدريك فاسور، وسائل الإعلام في المستقبل، (بيروت: منشورات عويدات، 1996)، ص31.

(4) عبد الله بن مسعود الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري، (الرياض، دار العبيكان ، كتاب جامعي) ، 1996 ، ص54.

وسائل الإتصال التفاعلية أمراً صعباً، فالمُرْسِل أصبح مُتلقياً والمُتَلقي أصبح مُرْسِلاً.[2]

5. التغذية المرتدة (Feedback)(التفاعلية): كانت التغذية المرتدة أو رجع الصدى من قبل المتلقي الى المرسل ليست آنية وإنما تأخذ وقتاً لتنشر في الصحف أو تذاع في الراديو والتلفاز كون المتلقي ليس لديه وسيلة إتصال مباشرة مع وسائل الإعلام التقليدية ويضطر لمخاطبتها عبر البريد العادي وعندما تصل رسالته للصحيفة او الراديو او التلفاز يكون قد مضى وقت وهذا ما يجعل التفاعلية بين الوسيلة والمتلقي معدومة ، إلا أنه بفعل الإنترنت ومواقع الإعلام الإلكتروني وخاصية التفاعلية الآنية بين الموقع والمتلقي أصبحت التغذية المرتدة فورية لتبادل وطرح وسماع الآراء والتعليقات والنقد أو إضافة معلومات فيما بينهما.[*]

خامساً : الوظيفة الإتصالية للإنترنت :-

(Occupation resolvability of the Internet)

تكنولوجيا الإنترنت المفتوحة والمنتشرة بشكل واسع قدمت شكلاً جديداً بالكامل من أشكال التواصل البشري – والمشاركة الجماعية- فيما يسميه بالتواصل الجماهيري ثنائي الإتجاه غير الخاضع للرقابة.[1] وقد صاحب الإنتشار السريع للشبكة العديد من الأسئلة حول خصائصها الإتصالية، وطبيعة هذه الوسيلة الجديدة، ودار

---

[2] شريف درويش اللبان: الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص66.

[*] الباحث

[1] Strang love. M. The Internet as Catalyst for a Paradigms Shift journal of Computer –Mediated Communication., 1994, 1 (8):7p32

جدل حول مدى إمكانية ضمها لوسائل الإتصال الجماهيري المعروفة كالتلفزيون والإذاعة والصحافة.[1]

ويقصد بالإتصال أي عملية يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر ،بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن طريق تبادل المعلومات والآراء ، والأفكار ، والرموز ذات العلاقة بالثقافة الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العملية.[2]

وللإتصال أشكال ومستويات مختلفة بحسب عدد المشاركين في الموقف الإتصالي والوسائل المستخدمة لتحقيقه والهدف الذي من أجله تتم عملية الإتصال ، وتبدأ مستوياته بالأتصال الشخصي ، وهو المستوى الأقل من حيث عدد المشاركين ، ويكون بين فردين ، يليه الإتصال الجمعي الذي يتم في أوساط اجتماعية ذات أعداد محدودة . أما الإتصال الجماهيري فهو النمط الذي يتم على نطاق جماهيري وتستخدم فيه وسائل الأعلام : الصحافة ، الإذاعة ، التلفزيون ، إضافة إلى المواقع الإلكترونية على الإنترنت.[3]

وفي ظل تطورات تكنولوجيا الاتصال فأن (الإعلام الإلكتروني) لم يقض على الوسائل القديمة ، وثبت عن طريق واقع عمل وسائل الإعلام بأنه لا يمكن لأي وسيلة أن تلغي دور الوسيلة الأخرى بل على العكس ظهر التنافس والتكامل والتطور، فالانترنت قدم خدمات عظيمة لوسائل الإعلام من المميزات التي يمتلكها ؛

---

(1) فايز عبد الله الشهري، صورة المملكة العربية السعودية على شبكة الإنترنت، بحث مقدم إلى المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض، 2-5 تشرين الثاني 2004، ص4.

(2) صالح زيد صالح العنزي ، إخراج الصحف الألكترونية في ضوء السمات الأتصالية لشبكة الأنترنت،جامعة الإمام محمد بن سعود الأسلامية، 2007 ص40

(3) عصام موسى ، المدخل في الأتصال الجماهيري ، (بيروت : المكتبة الحديثة) 2004 ، ص56

فالزيادة الهائلة في حجم المعلومات المتاحة لمن توافر لهم الحصول على التكنولوجيا الاتصالية الجديدة أسهمت في عمليات إرسال واستقبال المعلومات وتخزينها وبثها من جديد.[1] إذ يطرح الإنترنت عدة رؤى جديدة تقع في لب المحاور الأساسية لدراسات الإعلام والصحافة فهو وسيلة إتصال وإعلام متعددة الوجوه (multifaceted) وتتضمن العديد من الأنماط والأشكال الإتصالية والصحفية.[1] ، والإعلام جزء من العملية الإتصالية ، وهو نشاط يتم لتحقيق أهداف معينة ، وتستخدم فيه وسائل الإتصال الجماهيري يهدف لإيصال المعارف والعلوم حول أحداث وقعت أو ستقع ، وفي شبكة الإنترنت التي تعد وسيطاً إتصالياً جديداً بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى بتقنية إتصالات مهجنة تضم أكثر من نمط إتصالي ، شخصي وجمعي وجماهيري بتقنيات تكنولوجية متطورة من أجهزة وبرامج ووسائط متعددة.

الإنترنت أضاف وظائف أخرى للإتصال الجماهيري من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المُستقبِل، كما قللت من أهمية وظيفة المراقبة التي تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية، فعندما تقع أحداث إخبارية ما فان المهتمين بها يبثون رسائل عبر الإنترنت مباشرة للآخرين لكي يقرؤها، وتُمَثِلُ هذه تحولاً مهماً عن وسائل الإعلام التقليدية.[3] ، وفي أثناء السنوات الأخيرة فرضت شبكة الإنترنت نفسها نوعاً إتصالياً يحمل خصائص غير مسبوقة بجانب تطبيقات الإتصال الجماهيري التقليدية من إذاعة وتلفزيون وصحافة ووكالات أنباء ، ولكن في قوالب جديدة ، وقد تجمعت في

---

[1] د. حسنين شفيق،الإخراج الصحفي الإلكتروني، التجهيزات الفنية، (القاهرة، دار فكر وفن للنشر والتوزيع، 2010) ص 14

[2] السيد بخيت: الصحافة والإنترنت، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2000)، ص23.

[3] ينظر: السيد بخيت، الإنترنت وسيلة إتصال جديدة،الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، (العين ، دار الكتاب الجامعي،2004) ، ص17- 18.

الإنترنت خبرات الوسائل المادية للإتصالات السلكية واللاسلكية ، وهي تجمع بين خصائص الإتصال الجماهيري والتخصيص (Customiztem) وحق الفرد في تلبية حاجاته إعلامياً بمعزل عن الجماعة (Individuation) ... وهذه وظيفة أساسية من وظائف الإتصال الجماهيري المُتَمَثِلَة في الإعلام أو الإخبار بجانب الوظائف الأخرى المختلفة من تعليم وتفسير وترفيه بما يُمَثِل حزمة تُشَكِلُ في النهاية عملاً إتصالياً متكاملاً يأخذ خصائص جديدة.[2]

ومما تقدم يمكن القول أن الوظيفة الإتصالية للإنترنت خدمت بشكل كبير ومتسارع وسائل الإعلام التقليدية وجعلت من العملية الإتصالية تكون في أكثر من إتجاه وذات جماهيرية أوسع من خلال إختزال الوقت واللاحدودية والتفاعلية بتبادل المعلومات بتقنيات متاحة للجميع.

سادساً :إستخدامات الإنترنت(Uses of the Internet)

كانت بدايات إستخدام الإنترنت محدودة عبر الأجهزة المضيفة (Hosts) ، حيث يواجه المستخدمون صعوبة في الوصول الى المعلومات التي يحتاجونها ، أما اليوم فقد إتسع نطاق إستخدام الإنترنت من خلال تطور أجهزة الإتصال بمزايا متعددة من براجيات ووسائط متعددة ، وتمثل إستخدامات الإنترنت مجموعات من البروتوكولات والبرامج التي تسمح للأشخاص والهيئات بإستخدام الإنترنت بطرق مختلفة ومتنوعة،[1] ومن خدمات الإنترنت مايلي:-

---

(1) د.حلمي خضر ساري، ثقافة الإنترنت، دراسة في التواصل الإجتماعي، دار جهاد للنشر و التوزيع2005 ،ص26.

(2) ينظر: ـــ بهاء شاهين ، الإنترنت والعولمة ، ط1 (القاهرة : عالم الكتب) 1999 ، ص 43

ـــ د. ماجد سلمان تربان ، الإنترنت والصحافة الإلكترونية ـ رؤية مستقبلية ـ ط1(المكتبة الإعلامية : الدار المصرية اللبنانية) 2008، ص 59

1. **البريد الالكتروني** (Electronic mail):

البريد الإلكتروني هو وسيلة تسهل عملية الاتصال بملايين الناس من خلال الإنترنت ويعد من أكثر وسائل الإنترنت استخدامًا وفيه يتم خزن الرسائل في صناديق بريد إلكترونية بانتظار قراءتها. وبعد القراءة يستطيع المستلم رميها ، أو الاحتفاظ بها ، أو تحويلها إلى شخص آخر، أو طباعتها. وهو تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكومبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية Text أو الصوتية Voice أو الصور المرئية Photos.[1] ويعد من أولى الخدمات التي تم تطويرها على شبكة الإنترنت ... ويستطيع الناس إستخدامها في الإتصال ببعضهم بسرعة فائقة مهما كانت المسافة الفاصلة بينهم.[2]

2. **المجموعات الأخبارية** (Internet News Group Usenet):

وهي مجموعة من الأشخاص تناقش من خلال الرسائل المتبادلة إلكترونياً عبر الإنترنت آلاف الموضوعات المختلفة ذات الإهتمامات المشتركة،[3] ولعل التفاعلية من أهم السمات التي ساعدت على إنتشار المجموعات الإخبارية التي جعلت التواصل الإلكتروني يقترب من الاتصال الشخصي البالغ التأثير.[4]

---

(1) محمد منير حجاب، الحرب النفسية ،(القاهرة : جامعة جنوب الوادي. دار الفجر للنشر والتوزيع) .2005.

(2) بهاء شاهين ، الإنترنت والعولمة ، مصدر سابق ، ص 43

(3) المصدر نفسه ، ص 48 ـ 49

(4) نجوى عبد السلام فهمي ، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثاني ، العدد الرابع ، أكتوبر –ديسمبر 2001 ص221

3. **شبكة الإخباريات** (Usenet News) :

وهي أحد أكثر استخدامات الإنترنت شعبية، وتستخدم هذه الشبكة بروتوكول نقل إخباريات الشبكة(Network News Transfer Protocol NNTP) الذي ينظم طريقة توزيع المقالات الإخبارية واسترجاعها وإرسالها والاستعلام عنها .

و تقدم الشبكة لوحة الإعلانات (Bulletin Board) وغرف الحوار(Chatting Rooms) ، كما تتألف شبكة الإخباريات Net News من نظام ضخم يشتمل على عدد كبير من ندوات الحوار المفتوح والمستمر والتي تسمى مجموعات الإخباريات News Groups ، وتستمر هذه المجموعات بالعمل على مدار الساعة وعلى مدى أيام السنة، وتسمح قوائم الاستعراض التجارية Browsers بالنفاذ إلى مجموعات الإخباريات.[1]

4. **التراسل الفوري** (Instsnt Messaging) :

وهي الخدمة التي تساعد على تبادل البيانات والمعلومات والتحاور عبر الإنترنت بين شخص وآخر ، وتتعدد خدمات التراسل الفوري التي تقدمها الشبكة بتعدد البرامج التي تقوم بتوفير هذه الخدمة عبر الإنترنت ؛ ويمكن تقسيم هذه البرامج إلى برامج حوارية متعددة المهام وأخرى غير متعددة المهام . فالخدمات التي تقدمها البرامج متعددة المهام هي تلك الخدمات التي يمكن إستخدام بعض البرامج الخاصة في التراسل الفوري في تبادل المعلومات بإشكال متعددة ، مثل الصوت والصورة إلى جانب النصوص . أما الخدمات التي توفرها البرامج الحوارية ذات المهام المحدودة ،

---

[1] عبد الرحيم الصابوني ، تنمية المهارات المهنية الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية (الأنترنت) ، دمشق : 1996م . ص 36

فهي تلك التي تقدم من خلال برامج تقتصر على أشكال محدودة في نقل البيانات مثل الصوت فقط أو النصوص فقط أو بهما معا دون إستخدام الصورة.(1)

ومن البرامج التي توفر خدمات التراسل الفوري ، برنامج بال توك (Pal talk) و تانغو (Tango) وسكايب وغيرها الذي يمكن من خلالها التواصل مع الآخرين عبر الصوت والصورة والنصوص المكتوبة ، وهناك بالطبع خدمة التراسل الفوري عن طريق برنامج MSN Messenger و Yahoo Messenger ، وهي تتميز جميعا بسهولة الإستخدام وإمكانية إنشاء غرف خاصة لإجراء الحوارات وغيرها .

5. **جوفر** (Gopher) :

الجوفر هو خدمة البحث عن المعلومات من خلال الإنترنت وهي خدمة شائعة الإستعمال تعتمد على عرض قوائم أوامر نصية تستطيع من خلالها معالجة اية معلومات وإستخدام أي موارد داخل الإنترنت.(2) وتسمح خدمة جوفر بالبحث في قوائم مصادر المعلومات وتساعد في إرسال المعلومات التي يختارها المستخدم ، وتعد الخدمة من أكثر قوائم الاستعراض شمولية وتكاملاً ، إذ تسمح بالنفاذ للدخول إلى قوائم المكتبات ، وإلى الملفات، وإلى قواعد البيانات وغيرها.(3)

6. **محركات البحث**(Search Engines):

هي برامج تتيح للمستخدمين البحث عن كلمات محددة ضمن مصادر الإنترنت المختلفة ، وتتألف محركات البحث من عدد من البرمجيات التي تستخدم لإيجاد صفحات جديدة على الويب لإضافتها ، ومن هذه البرامج ، برنامج العنكبوت

---

(1) جهاد الخازن ، الإعلام على الطريقة الأميركية، (بيروت :المكتبة الحديثة) 2005 ، ص 46

(2) محمد طلبة ، الإنترنت ، ط1 (القاهرة : مطابع المكتب المصري الحدث)1997، ص 29

(3) بشار عباس . دليل الأنترنت .- مجلة المعلوماتي ـــ العدد 46 لبنان (1996م) .

(Spider Program) الـذي لا يقتصـر علـى الوصـول للصـفحة الأولى مـن الموقـع المستهدف بـل يتـابع البرنـامج الـروابط Links الموجـودة في أي موقـع للوصـول إلى صفحات أخرى .

ومن البرامج الأخرى المستخدمة في محركات البحث برنـامج المفهـرس Index Program الذي يعد قاعدة بيانـات Database ضـخمة تصـف صـفحات الويـب.[2] ومن أشهر محركات البحث الرئيسية على شبكة الإنترنت:[3]

www.google.com,www.yahoo.com,،www.altavista.com،www.msn.com www.search.aol.com،www.compuserve.com\،www.directhit.com،www. euroseek.net،www.excite.com،www.alltheweb.com،www.findwhat.com،

www.hotbot.com
www.looksmart.com،www.lycos.com،www.search.netscape.com،www.d moz.org ، www.overture.com

7. **التلينت** (Telnet) :

التلنت وسيلة تسمح للمستفيدين من الإنترنت بالدخول مباشرة إلى الحواسيب الأخرى المرتبطة بالشبكة والقيام بالاستفادة من الخدمات والعمليات المتوفرة لهم على الإنترنت مثل تشغيل البرامج ، الإطلاع على الملفات ، البحـث في قواعـد البيانـات، القيام بالعمليات الأخرى المتوفرة على تلك الحواسيب كما لو كانت تلك الحواسـيب

---

(2) محمد جلال سيد غندور ،استخدام التدريسيين للإنترنت ، دراسة تحليلية للاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ،(جامعة القاهرة 1999) ، ص 121

(3) اشهر محركات البحث ، منتديات لك ، www.lakii.com/ متاح على الإنترنت 4 تموز 2013

في مكتب المستفيد نفسه أو منزله. ويستلزم استخدام التلنت وجود ترخيص لدى المستفيد.[1]

والتلينت بروتوكول انترنت معياري لخدمات الربط عن بعد ويسمح للمستخدم بربط جهازه على كمبيوتر مضيف جاعلاً جهازه وكأنه جزء من ذلك الكمبيوتر البعيد. وبإمكانه استخدام الخدمات نفسها المتاحة لأي مستثمر محلي ، وهذا يعني أنه يستطيع تشغيل برنامج معين على الحاسوب الذي يقع في النصف الآخر من الكرة الأرضية ، كما لو كان يجلس أمامه تماماً وهنالك عدد كبير من المؤسسات التي قامت بتحميل برمجيات خاصة ضمن نظمها لكي يتمكن مستخدمو إنترنت من النفاذ الفوري إلى المعلومات.[2]

8. **شبكة الويب** (Web):

الويب (www) هي مجموعة من الصفحات المخزنة على الحواسيب المنتشرة في أنحاء العالم مرتبطة بوصلات تسهل الوصول إلى مواقع الويب المختلفة وتشكل الويب نسبة كبيرة من الإنترنت، وهي الأكثر غنى بصفحات المعلومات التي تغطي موضوعات شتى تحتوي على نصوص، وصور ، ورسومات ، وصوت ، وأفلام، موزعة على مساحات الإنترنت الواسعة [1]، ومبوبة بشكل يسهل الوصول إليها ومن خلال الصفحة الرئيسة(Home page) يمكن الولوج لبقية الوثائق المتضمنة في

---

[1] Lynch , D. and Rose, N . Internet System Handbook .London , Addison Wesley , 1993 , p. 75

[2] علي محمد شمو ، التكنلوجيا الحديثة والاتصال الدولي والأنترنت ،(جدة: الشركة السعودية للأبحاث والنشر) 1998 ، ص271

[1] فضل كليب ، الإنترنت ودورها التنموي في المكتبات ، رسالة المكتبة، المجلد 33، العدد 1، 1998م، ص 29- 52.

الموقع، ويتم الوصول إلى الموقع عبر كتابة أسم الموقع على المتصفح، إذ يتم البحث عن المعلومة في الويب بواسطة كلمات مفتاحية يتم البحث عنها في الملفات من خلال برامج معتمدة في الإنترنت ، وبعد ظهور النتائج على شكل قوائم يختار المستفيد منها ما يريد. وعلى الويب تنشأ المواقع (Sites) والصفحات (Home Pages) ويذكر أن 70٪ من البحث عن المعلومات في الإنترنت يتم من خلال الويب وأهم ما يسهل العمل على الويب هو بروتوكول نقل النصوص المترابطة (Hypertext Transfer Protocol).[2]

سابعاً : وظائف تكنولوجيا الاتصال(IT jobs Contact)

لتكنولوجيا الاتصال وظائف عدة هي :-

1. جمع المعلومات(The collection of information): إذ يمكن جمع اكبر قدر ممكن من المعلومات والحقائق والإحصاءات والأخبار من المصادر المتوفرة وعرضها وتقديمها والتي يمكن التثبت من صحتها أو دقتها للمصدر الذي تنبع منه أو تنتسب إليه [1] ، ويتم جمع المعلومات عن طريق استخدام قواعد المعلومات والانترنت والأقمار الصناعية والاتصالات السلكية واللاسلكية إذ إن هذه الوسائل تقوم بوظيفة جمع المعلومات عن المواضيع والأحداث وما يجري في العالم وتقدم كل ماتم الحصول عليه إلى المستفيد منها بأشكالها وصورها كافة.

2. تخزين المعلومات(Store information):وظيفة هامة إذ يمكن تخزين كافة المعلومات التي تم الحصول عليها سواء كانت مكتوبة أو مصورة أو مرسومة وإعادة معالجة هذه المعلومات عن طريق العديد من البرامج التي تتعامل وتعالج

---

[1] المصدر نفسه ، ص 29- 52.

[2] د. عبد العزيز شرف ، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال – نحو إعلام إسلامي فاعل ومؤثر ، ص716 www. rooad.net/print.php?id=716 أستقت بتاريخ 8 /6/ 2013

هذه المعلومات ، ووظيفة التخزين هذه لها فوائد في استرجاع المعلومات التي تم خزنها بشكل سريع للاستفادة منها في العمل وإعادة بثها من جديد ونشرها وتوزيعها عبر الاتصال على نطاق واسع وبدرجة فائقة من الدقة والسرعة. [1]

3. وظائف أخرى(other functions): ولتكنولوجيا الإتصال وظائف عديدة أخرى مثل عمليات التسويق والاستشارات الطبية والتعليم وغيرها ، إذ كلما زادت المعلومات ازدادت الحاجة إلى استحداث وسائل اتصالية جديدة ، وهكذا أصبح عقد الندوات والمقابلات والمباحثات عن بعد أمرا ميسورا بفضل هذه التكنولوجيا فضلا عن عمليات التسويق عن بعد والتعليم عن بعد والإنتاج عن بعد وإصلاح الأقمار الصناعية عن بعد وغيرها من الفعاليات والنشاطات.[2]

إن الخصائص والوظائف الخاصة بتكنولوجيا الاتصال اختزلت المسافات ويسرت الحصول على المعلومات وهي حلقة للتراسل والتواصل وتبادل المعلومات بين دول العالم، وأعطت الحرية للموازنة والتحليل وأصبحت اللغة التي تتواصل بها شعوب العالم عن طريق التعامل والتبادل والاشتراك في المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية كافة.[3]

---

[1] عبد الحكيم طارش سيف ، إستخدامات الإنترنت في وسائل الإعلام العراقية ، رسالة ماجستير ، كلية الإعلام جامعة بغداد ، 2002 ، (ص 53).

[2] عبد الحكيم طارش سيف ، إستخدامات الإنترنت في وسائل الإعلام العراقية ، مصدر سابق ،ص 102

[3] فاضل عباس خليل، الإعلانات عبر الانترنت ، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2007، ص46

ثامناً :الإستخدامات الإعلامية لشبكة الإنترنت

(Information uses of the Internet)

تتطور تكنولوجيا شبكة الإنترنت وتطبيقاتها بسرعة كبيرة فلا يكاد يمضي يوم إلا ويضاف إلى عالم الشبكة العنكبوتية تطويرات لتطبيقات إعلامية موجودة في الشبكة أو تضاف لها ، ومن نماذج التطبيقات الموجودة في شبكة الانترنت:-

1. وكالات الأنباء(News agencies): جميع وكالات الأنباء العالمية والمحلية لم تجد أمامها للحاق بتدفق المعلومات والأخبار وبثها إلا بحجز موقع إلكتروني على الإنترنت لتقدم خدماتها الإخبارية بأنواعها على شكل نصوص وصور ورسوم وفيديو بعضها مجانا وبعضها بالمقابل.
2. إذاعة الإنترنت(Internet Radio): إن راديو الإنترنت متعدد الوظائف وهو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى إستخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الكومبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الإنترنت. وتتيح الشبكة الرقمية لكل فرد أن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية.[1]
3. البث التلفزيوني عبر الإنترنت(IPTV): ويستخدم البث التلفزيوني عبر الانترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي

---

[1] محمد عارف ، تأثير تكنلوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية (مركز الإمارات للدراسات والبحوث الأستراتيجية.سلسلة محاضرات الإمارات.أبوظبي) 1997، ص26

يمكن مشاهدته بإستخدام عدة برامج تبعا لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث، كما أستفاد البث التلفزيوني عبر الانترنت من كافة المواد الفلمية التي لا يمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية او المملوكة لجهة معينة سواء تلك التي ترتبط بعمليات عسكرية أو الجرائم التي يصورها هواة عرضياً أو حتى التي تصور من خلال كاميرا أجهزة الهاتف المحمول.(2)

4. خدمة الإخبار بالهاتف المحمول(Mobile phone news service): الهاتف المحمول أصبح اليوم كالكمبيوتر الصغير الذي يحمل باليد وبفضل المميزات الخاصة والمطورة بإستخداماته مع الإنترنت فأنه مستخدمه يمكنه تصفح الإنترنت والإشتراك بخدمة الأخبار والرسائل القصيرة (Short Message Service) هذا بالإضافة إلى إرسال وإستقبال وعرض الصور الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية ، كل ذلك عبر شبكة الهاتف المحمول من هاتف إلى آخر أو من هاتف إلى بريد إلكتروني على شبكة الانترنت .

5. خدمة الواب (Wab): وهو نظام كومبيوتري يحول صفحات الانترنت المصممة للكومبيوتر ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف المحمولة أو الأجهزة الالكترونية المحمولة كالآيباد، والتطبيقات التي يمكن توفيرها عبر (الواب) تتضمن الرسائل الصوتية والإلكترونية ،الحوار، الألعاب ،التصفح ، أو الحصول على المعلومات الضرورية للمستخدم كأسعار العملات والأسهم وحركة الطيران والتجارة المتنقلة ، الدخول على الشبكات المحلية وغيرها.(2)

(1) بهاء عيسى ، شاهد التلفزيون عبر الانترنت، مجلة أنترنت العالم العربي ، تشرين الثاني 1999 ص 76ـ 77

(2) ينظر: ــــ د.رميح بن محمد الرميح.هل ينجح الواب كما نجح الويب؟مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتكنلوجيا ،ص 44. www.khayma.com./madina/wab.htm

تاسعاً :الإذاعة والتلفزيون في الإنترنت

(Radio and television in the Internet)

1. **راديو الإنترنت**(Internet Radio):

أستخدم الراديو عبر الإنترنت منذ نهاية التسعينات، حيث إستخدمت محطات الإذاعة التقليدية الإنترنت في بث براجها وفقراتها في نفس الوقت وبالتزامن مع الأثير الوسيط الأصيل للبث الإذاعي، إذ طور(كارل مالامود)(*) أول محطة راديو إنترنت في التاريخ في عام 1993، واستخدمت محطة (مالامود) تقنية أسماها MBONE (عصب البث المتعدد على الإنترنت باستخدام بروتوكول الإنترنت)، وفي شباط 1995، بدأت أول محطة إذاعية بثها على الإنترنت فقط لمدة أربع وعشرين ساعة، وهي محطة راديو هاجر/ كوفمان Radio HK وكانت تبث الموسيقى الخاصة بالفرق الموسيقية المستقلة، وبعد فترة لجأت المحطة إلى استخدام أحد خوادم RealAudio الأصلية، وتستخدم محطات البث الإذاعي عبر الإنترنت اليوم تقنيات خدمات الويب مثل Live365 لتواصل بثها لمدة 24 ساعة في اليوم.

ـــــ فارس حسن شكر المهداوي ، صحافة الانترنت دراسة تحليلية للصحف الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الاخبارية ، العربية. نت نموذجاً ، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال مقدمة الى مجلس كلية الاداب والتربية. الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، 2007

(*) كارل مالامود ، (مواليد 1959) هو تقني، ومؤلف، والمعروف عن مؤسسته public.resource.org. وكان مؤسس للخدمة البث المتعدد الإنترنت .خلال الفترة التي قضاها مع هذه المجموعة، وكان مسؤولا عن إنشاء أول محطة إذاعية عبر الإنترنت المصدر(ويكيبيديا، الموسوعة الحرة) أستقت بتاريخ 12 تموز 2013 www.wikipedia.org/wiki

ويمر راديو الإنترنت حاليا بثورة ستؤدي إلى توسيع نطاق اتساعه ومداه بحيث يستطيع أي شخص استقبال البث الإذاعي من أي مكان وفي أي وقت، ولم يعد البث الإذاعي عبر الإنترنت يقتصر على المحطات الإذاعية الكبرى بل اتسع الأمر حتى أصبح بإمكان أي شخص أو جهة أو شركة إنشاء محطة راديو عبر الإنترنت.[1]

مزايا راديو الإنترنت(Advantages of Internet Radio):

قبل الدخول في مزايا راديو الإنترنت لابد أن نشير إلى ما يعيب محطات البث الإذاعي التقليدي المتمثلة بنطاقه المحدود للبث الإذاعي عبر الأثير والذي يصل إلى 100 ميل ، ومحدودية ترددات البث المتاحة محليا، مما يؤدي أحيانا إلى تداخل القنوات أو ضعف بعضها أو التشويش على البعض الآخر، على العكس من راديو الإنترنت الذي يتميز:-

أ. لاعوائق جغرافية(No geographical barriers): اي انه لاتحده حدود ، إذ يكون نطاق اتساع راديو الإنترنت بمدى اتساع فضاء شبكة الإنترنت.

ب. لا يقتصر على الصوت فقط(Is not limited to audio only): إذا كان الراديو التقليدي يقتصر على الصوت فقط ، فإن راديو الإنترنت يمكن مصاحبة البث الإذاعي عبر الإنترنت بالصور أو الرسومات والنصوص أو الروابط بالإضافة إلى التفاعلية مثل غرف الدردشة ولوحات الرسائل.

ت. التفاعلية(The interactive):إذ يتيح هذا التطور للمستمع أن يفعل أكثر من مجرد الاستماع، فمن الممكن أن يقوم المستمع الذي يستمع لإعلان عن أي بضاعة أن يطلب شراءها من خلال رابط على موقع هذه المحطة، وبذلك

---

[1] ينظر: ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، أستقت بتاريخ 12 تموز 2013
www.wikipedia.org/wiki

تصبح العلاقة بين المعلنين والمستهلكين أكثر تفاعلية وحميمية في محطات راديو الإنترنت.

ث. توسيع إمكانيات الوسائط المتعددة(Expand the possibilities The multimedia): من خلال راديو الإنترنت يمكن توسيع إمكانيات وإستخدامات الوسائط المتعددة إذ بالإمكان إجراء التدريب أو التعليم وتقديم روابط للمستندات وخيارات الدفع والسداد، ويمكن كذلك التفاعل مع المتدرب أو المعلم وغيرها من المعلومات من موقع محطة راديو الإنترنت.

ج. تنوع أشكال البث(The diversity of broadcast) : توفر برامج راديو الإنترنت عدداً كبيراً من أشكال البث، وخاصة في الموسيقى، فإذا كانت هناك بعض محطات الإذاعة التي احتكرت بث الأغاني وتحاول الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور لفرض أعلى رسوم ممكنة على المعلنين، فإن راديو الإنترنت يتيح الفرصة لتوسيع أنواع البرامج المتاحة ، فتكلفة البث الإذاعي عبر الإنترنت أقل بكثير من البث عبر الأثير، ويمكن لمحطات راديو الإنترنت أن تروق لمجتمعات أصغر من المستمعين الذين تستهويهم أنواع معينة من الموسيقى، فمن الممكن مثلا إنشاء محطة إذاعية لهواة الأغاني العربية القديمة أو الأغاني الأجنبية أو أي موسيقى أخرى.

ومن البرامج الأخرى التي تساهم في الإذاعات هي (البود كاست) كما في موقعي راديو سوا وإذاعة العراق الحر، وهي برامج صوتية ترفع على الانترنت، يرفعها من لديه مادة، سواء كان تابعاً لمؤسسة، أو راديو، أو يقدمها بنفسه في أي مجال من اهتمامات التقنية والعلوم والترفيه والأخبار والفن أو أي مجال ، ملف صوتي يرفع مع وصف نصي وكلمات مفتاحية على مواقع وبرامج خاصة بالبحث والتنزيل،

ويشترك فيها المستخدمون ويتابعونها أولاً بأول ليستمعون لما يشاؤون في أي وقت وأي مكان دون صعوبة وتشويش، على أجهزة الأيباد و مخازن الملفات أو الأقراص المدمجة أو حواسيبهم، في البيت أو في السيارة أو المكتب.

2. **تلفزيون الإنترنت (البث المرئي)**(Internet TV)

البث: مصطلح يعبر عن توصيل الوسائط المتعددة مثل الفيديو والصوت والنصوص عبر وسيلة أو تقنية إلى الجمهور المتلقي عبر الوسائل المخصصة لذلك ، والإنترنت اعتمدت على تطور الوسائل الأخرى للاتصال، فهي ليست كالراديو مثلا ينتج صوتا فقط ولا كالتلفاز نرى منه الصور وليس كالجرائد نقرأ النصوص منها، بل خليط من هذه وغيرها، ما ميزها عن غيرها من الخدمات الأخرى ، وإذا أردنا أن نجمع بين التعريفين فإننا سنقول ببساطه بأن البث المرئي عن طريق الإنترنت هو توصيل أو إيصال المعلومات عبر الوسائط المتعددة مثل الصوت والصورة والنصوص باستخدام الإنترنت إلى مجموعة من المستفيدين منها. [1]

أنواع البث المرئي عبر الإنترنت

:(Types of broadcast video over the Internet):

أ. **البث المباشر** (Direct broadcast):

---

[1] ينظر:ـ صالح محمد سعادة، محمد محمود الرامين، علاء علي حمدان، البث المرئي على الإنترنت ، كتاب (مقدمة إلى الإنترنت) ، كتاب (التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت) للبروفيسور علي محمد شمو. كتاب (البث المباشر حقائق وأرقام) د. ناصر العمر. من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة/www.wikipedia.org/wiki، www.akhuraif.com/blog/?p=812، www.khayma.com/internetclinic/mp3f3.htm ، أستقت بتاريخ 15 تموز2013

أو ما يسمى هندسيا بتقنية تدفق المعلومات Streaming وهي التقنية القادر على تشغيل مواد الوسائط المتعددة كالصوت والفيديو، أثناء عملية استحضارها وتحميلها من خلال الإنترنت.

فلو أخذنا على سبيل المثال الصوت المتدفق: فهو الصوت الذي يتم تشغيله في لحظة وصوله. وهذا بديل عن التحميل المعتاد، والذي لا تبدأ في تشغيل ملفاته حتى يتم وصول جميع مكونات الملف.

وكذلك لو طلبت صفحة موقع معين، فإنك ستلاحظ أنك ستنتظر لبعض الوقت، وذلك لأن مكونات الصفحة مقسمة إلى حزم معلومات صغيرة، تتابع في الوصول والظهور حتى تكتمل الصفحة أمامك، وبالتالي كلما كان حجم المعلومات كبيرا كان وقت الانتظار أطول ، ولا شك أن ملفات الصوت والصور المتحركة والفيديو حجمها أضخم، لذا يتطلب اكتمال وصولها وقتا أطول. فلو كانت الصفحة مليئة بالصور الكبيرة المتحركة فسوف تأخذا وقتا أطول مما لو لم تكن تحمل الصور. ولو كانت تضم مقاطع فيديو فسوف تأخذ وقتا أطول وهكذا، وقد حلت تقنية التدفق هذه المشكلة وذلك بعرض المعلومات حال وصولها دون الانتظار حتى اكتمال الملف. وهذه التكنولوجيا هي المناسبة في البث المباشر وغير المباشر على الإنترنت.

ب. البث غير المباشر(Un Direct broadcast) :

هناك استخدامات كثيرة للبث التلفزيوني أو المرئي الغير مباشرة عبر الإنترنت كالمواقع التي تتيح للمشاهد التسجيل بمقابل أو بدونه، ومن ثم طلب مقاطع معينة لمشاهدتها في وقتها أو حفظها لمشاهدتها في وقت آخر وهذه لا تدخل ضمن نطاق البث التلفزيوني المباشر وإنما تحت نطاق خدمة تسمى VOD (الفيديو

تحت الطلب) وأمثلة هذه الخدمة كثيرة كـ يوتيوب وهو الأشـهر وفيـديو مكتـوب وشاهد ومشاهد وjUST وكذلك الخدمة الرائعة Earth TV.

أيضا من الخدمات التي تقدم خدمة: التلفزة عبر الإنترنت وهي خدمة تلفـزة توزع عبر الإنترنت، وهو يشابه البـث التلفزيـوني في المـادة غـير أنـه يختلـف عنـه في الوسيلة.

خدمة تلفزيون الإنترنت(Internet TV service):

إن أول تهديد للتلفزيون كـان مـع ظهـور الإنترنـت ، ولم يكـن هـذا التهديـد واضحاً جلياً للمستخدم والمهـتم الـدارس للحالـة، إلا بعـد أن انتشـرت الانترنـت، وتدنى سعر الخدمات لتتوفر لشريحة كبيرة من مستخدمي الحواسـيب عاليـة السـرعة المرتبطة بانترنت ذي نطاق واسـع وسـريع ، لقـد أدى انتشـار الانترنـت وازدياد عـدد المواقع وتقدمت برمجيـاً، ولم يعـد التصـميم والنشـر والبرمجـة حكـراً علـى المـبرمجين والمختصين. مع ظهور امكانية رفع الفيديوهات والأفلام التي كانت قصـيرة ومقطعـة إلى أجزاء في البداية، و وحينما ظهرت إمكانية رفعهـا وتصـفحها أو تنزيلـها، وتـوفر ميزات وصفها بكلمات مفتاحية تصف المادة المعروضة بدقة وبجوار ذلـك مراجعـات المتصفحين وتعليقاتهم، أصبح التلفزيون جهازاً متقـدماً في التقنيـة المرئيـة والصـوتية، ولكنه متأخر و ليس بـالعملي بتاتـاً ، لقـد بـات جليـاً للمشـاهد، أنـه ملـزم بوقـت البرنامج، وباختيارات القنوات التي يتابعها، دفع لها اشتراكاً أم لم يدفع، وأصبح عليـه أن يتعنى في توفير تقنيات وأجهزة التسجيل التي يبرمجها ويربطها بجهاز التلفزيون حتى يتسنى له متابعة ما يفضل في وقت يناسبه آخر.[1]

---

[1] فاضل التركي، مستقبل التلفزيون ، نشر في مجلة القافلة العدد 47 – نوفمبر – ديسمبر ، 2010، www.doroob.com

وتمثل خدمة تلفزيون الإنترنت نوعاً جديداً من أساليب تقديم المحتوى والفيديو تحديدا على الويب، فهي ليست خدمة تنزيل بل توصيل مباشر (switched video service) بالاعتماد على بروتوكول الإنترنت من قبل شركات الاتصالات ، وبينما يتولى التلفزيون عادة توليف الأقنية التلفزيونية يجري التوليف على الإنترنت عبر خادم خاص لذلك وعند طلبك لقناة تلفزيونية على الإنترنت، تتولى الشبكة توجيه بث تلفزيون القناة إلى وصلتك السريعة بالإنترنت، حيث تتطلب تقنيات الضغط الحالية بالوضوح العادي سرعة اتصال بسعة نحو (4) ميغابت بالثانية بينما يحتاج محتوى الفيديو أو التلفزيون عالي الوضوح إلى سعة من 16 إلى 20 ميغابت بالثانية ، وباستخدام تقنيات الضغط الأحدث لمعيار (MPEG4) فإن متطلبات سعة الموجة تقل إلى النصف أي (2) ميغابت بالثانية و(8 إلى 10) ميغابت بالثانية للمحتوى عالي الوضوح.

وقد شهدت الأعوام العشرة الأخيرة ولادة تقنية التلفزيون عالي الوضوح (HDTV) التي تتيح بث محتويات الفيديو عالية الوضوح عبر الأقمار الاصطناعية، وقد كان لهذه العوامل دورها في دفع عجلة التطور الذي تشهده ساحة البث التلفزيوني، وكانت آخر ثمار هذا التطور تقنية تلفزيون الإنترنت(IPTV) ، والتي تتيح نقل المحتوى الرقمي اعتمادا على بروتوكول الإنترنت(IP) ، وقد بدأ عدد كبير من محطات التلفزة بتقديم البرامج التلفزيونية عبر الإنترنت ، وأول ما يتبادر إلى الأذهان عند حديثنا عن هذا البروتوكول تلك البرامج التي تسمح بمشاهدة القنوات التلفزيونية عبر الويب، إلا أن هذه التقنية تأخذ منحى أبعد من ذلك، ومفهوم تلفزيون الإنترنت يحمل دلالات أخرى، ولا بد من الإشارة إلى أن هذا الاندفاع الكبير إلى استخدام هذه التقنية الجديدة يعود إلى الأهمية التي تحظى بها والتي تجعلها قادرة على إيصال الصوت

والصورة والمعلومة إلى بيتك، وبهذا فقد تكون ولادة هذه التقنية بداية لإنحسار تقنيات أخرى من تقنيات الاتصال المستخدمة وزوالها فيما بعد.

ويتطلب استخدام التقنية الجديدة اتصالاً سريعاً بالإنترنت عبر خط المشترك الرقمي (DSL) ، حيث يتم استخدام جهاز صغير يوصل إلى الإنترنت ويكون هذا الجهاز مسؤولاً عن إعادة تجميع حزم البيانات ومن ثم فك تشفير هذه البيانات للحصول على محتويات الفيديو الأصلية، وقد يكون من الممكن تضمين هذا الجهاز ضمن الكمبيوتر ليقوم بهذه الوظيفة، إلا أن الأمر سيتطلب عندها إبقاء الكمبيوتر في وضعية التشغيل كي لا يحدث انقطاع في العمل[1].

ومع ظهور يوتيوب Youtube، أصبح التلفزيون في وضع حرج للغاية أصبح كل شخص يستخدم الانترنت، ناشراً لمواد مرئية من أي نوع بنفسه ، ليس كل فرد وحسب، بل لجأت إليه شركات إنتاج الأفلام والمشاهير والشركات والجامعات والمدارس وفتحوا لهم قنواتهم الخاصة ، و مع يوتيوب، و فيديو شركة جوجل، التي دعمت يوتيوب واشترته وضمته إلى قائمة خدماتها، وطورته أكثر وسوقته، ومع مواقع أخرى كثيرة، كانت التسهيلات كلها متوفرة للرحيل عن هذا الجهاز وبرامج البث التلفزيوني.[2]

زيادة على كل هذه التحديات، قدمت شركات مثل أبل Apple، تلفزيون أبل Apple TV، الذي هو صندوق يرتبط بتلفزيونك المفضل وبعدها يصبح كل شيء، عالمك الجديد الذي تفضل من بحث وترتيب واختيار الوقت والمادة كما قرأنا قبل

---

[1] تلفزيون الإنترنت ، موقع منتدى المهندس ياسر ، www.engineeryasser.yoo7.com/t160-topic

[1] فاضل التركي ، مستقبل التلفزيون ، مصدر سابق، أستق من الإنترنت بتاريخ 15 تموز 2013 www.doroob.com

قليل. ليست هذه الشركة وحدها توفر الخدمة، فهناك خدمة بوكسي Boxee وتلفزيون شركة جوجل Google وخيارات أخرى شتى ، و قد ظهر مؤخراً موقع هولو Hulu.com الذي أسسه مالك قناة فوكس وقناة إن بي سي، ليوفر خدمة تعتمد على مناطق العالم ويوفر باشتراكات ومجاناً برامج تلفزيونية نشاهدها على الانترنت.

إن هناك ارتفاعاً سريعاً في كمية ما يشاهد الناس من تلفزيون على الانترنت بشكل ينبئ بزحف سريع نحو تلفزيون آخر غير الذي نعرف، والذي بقي على ما هو علي لمن لا يملك التقنية ولا المعرفة بالانترنت. سنحتاج إلى أنظمة جديدة في تسويق هذه المنتجات وتوفير رخصة لما هو مدفوع الثمن وما هو مجاني.[1]

عاشراً: مستخدمو الإنترنت (Internet users):

1. **مستخدمو الإنترنت في العالم**(Internet users in the world):

إن مستخدمي الانترنت في العالم في تزايد مستمر مع جنون الثورة التكنولوجية، وتنوع وسائل الإتصال المرتبطة بخدمات الإنترنت ، وتشير التوقعات إلى أن عدد سكان العالم سيصبح (8) مليارات نسمة بحلول عام 2026 من بينهم (3) مليارات سيكونون من مستخدمي شبكة الإنترنت.[2]

---

(1) فاضل التركي ، مستقبل التلفزيون ، مصدر سابق، أستق من الإنترنت بتاريخ 15 تموز 2013 www.doroob.com

(2) د. فضيل دليو ، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والإتصال (NICT /NTIC) المفهوم ، الإستعلامات ، الآفاق ، ط1 (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع) 2010 ، ص 149 ، ص 177

والإحصائيات بعدد مستخدمي الإنترنت في العالم والوطن العربي متعددة ومتباينة في الأرقام إلا أنها تؤكد هناك زيادة كبيرة في عدد المستخدمين لابل إنها في تزايد مستمر بين كل لحظة وأخرى ،

وحسب إحصائية موقع (Pingdom) تشير الإحصائيات أن عدد المواقع في العالم بلغ نحو (634) مليون موقع على الشبكة في العالم، أضيف منها 51 مليون موقع فقط في سنة 2012 ، فيما بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم مع نهاية عام 2012 (2) مليار و400 مليون مستخدم بزيادة 0.3 مليار عن عام 2011 ، وفي عام 2013 ومع مطلع عام 2014 إرتفع عدد مستخدمي الإنترنت في العالم نحو(2.5) مليار مستخدم وهو ما يقارب نسبة 35 بالمئة من سكان العالم بزيادة سنوية (150) مليون مستخدم مقارنة بمستخدمي العام السابق، في الوقت الذي تشير فيه تقديرات الإتحاد الدولي للإتصالات (ICU) إلى أن هناك (3) مليار مستخدم للإنترنت على الأرجح.

وساهم في زيادة مستخدمي الإنترنت الإتصالات المتنقلة (Mobile Connections) في مختلف مناطق العالم، من خلال النسب الكبيرة لإشتراكات الموبايل لمجموع عدد السكان في بعض البلدان، وزيادة انتشار الهواتف الذكية على الصعيد العالمي ساهم في جعل معظم سكان العالم لديهم الفرصة الحقيقة للوصول للإنترنت.

وبحسب تقرير منظمة IWS (إنترنت ورلد ستاتس) المختصة بأرقام الإنترنت، فإن عدد مستخدمي الإنترنت حتى الربع الأول من عام 2013 تجاوز (3.29) مليار مستخدم حول العالم، كان نصيب الأسد لقارة آسيا التي تصدرت القارات بأكثر من مليار مستخدم، وجاءت جمهورية الصين الشعبية في المرتبة الأولى بـ (538) مليون مستخدم يمثلون 40 في المائة من سكانها الذين يشكلون حصة 22 في المائة بين المستخدمين في جميع أنحاء العالم. ، فيما احتلت أوروبا الترتيب الثاني

لمستخدمي الإنترنت بأكثر من(518) مليون مستخدم، يمثلون (21) في المائة من مستخدمي الإنترنت حول العالم.

ووصل عدد مستخدمي الإنترنت في أمريكا الشمالية (273) مليون مستخدم، يمثلون (11) في المائة من إجمالي مستخدمي الإنترنت في العالم حالياً لتحتل بذلك المرتبة الثالثة ، فيما كانت أمريكا الجنوبية في المرتبة الرابعة لمستخدمي الإنترنت بعدد(254) مليون مستخدم يمثلون 10 في المائة من مستخدمي الإنترنت في العالم.

واحتلت إفريقيا المرتبة الخامسة بإجمالي 167 مليون مستخدم يمثلون 7 في المائة من مستخدمي الإنترنت في العالم، فيما حصلت منطقة الشرق الأوسط على المرتبة السادسة بأكثر من 90 مليون مستخدم.

وحسب موقع الإحصاءات الرقمية العالمية (global digital statistics) فإن إنتشار الإنترنت حسب المناطق في العالم مع مطلع عام 2014 جاء كما مبين في الجدول أدناه :[1]

[1] احصائيات عن الشبكات الإجتماعية والإنترنت في 2014، موقع الإحصاءات الرقمية العالمية (global digital statistics) ، وكالة (we are Social)السنغافورية ، بواسطة المدون التقني عماد بن يحيى ، أستقت من الإنترنت بتاريخ 14 آذار 2014

جدول يبين النسب المؤية لإنتشار الإنترنت في العالم

المرتبة	المنطقة (نطاق الإنتشار)	النسبة المؤية
1	امريكا الشمالية	٪81
2	اوربا الغربية	٪78
3	أوقيانوسيا	٪63
4	شرق وسط اوربا	٪54
5	شرق آسيا	٪48
6	أمريكا الجنوبية	٪47
7	الشرق الأوسط	٪37
8	أمريكا الوسطى	٪34
9	آسيا الوسطى	٪29
10	جنوب شرق آسيا	٪25
11	أفريقيا	٪18
12	جنوب أفريقيا	٪12

2. **مستخدمو الإنترنت في الوطن العربي**(Internet users in the Arab world:

وفي ما يخص عدد مستخدمي الإنترنت في الوطن العربي بينت دراسة إقليمية حول اتجاهات استخدام الإنترنت في المنطقة العربية إن عدد مستخدمي الإنترنت في

المنطقة العربية تجاوز (125) مليوناً، وإن أكثر من (53) مليوناً منهم يتواصلون عبر وسائل التواصل الاجتماعي كمستخدمين نشطين ضمن مجتمعاتهم، ويرى (71) في المائة من إجمالي المستخدمين العرب أنها بديل للتواصل التقليدي.[1]

والجدول التالي يوضح ترتيب الدول العربية بحسب عدد مُستخدمي الإنترنت مع النسبة المئوية من عدد السكان الكلي لكل دولة.[2]

جدول يبين ترتيب الدول العربية حسب مستخدمي الإنترنت

المرتبة	الدولة	عدد مستخدمي الإنترنت	النسبة المؤية من عدد السكان الكلي
1	مصر	36.900.000	٪44
2	المغرب	17.770.000	٪55
3	السعودية	14.328.000	٪54
4	السودان	7.183.000	٪21
5	الجزائر	5.690.000	٪15.2
6	سوريا	5.475.000	٪24.3

---

(1) إحصائيات إستخدام الإنترنت ، موقع الاقتصادية ، www.aleqt.com ، أستقت بتاريخ 14 آذار 2014

(2) ترتيب الدول العربية حسب مستخدمي الإنترنت ، WWW. ArabiaWeather.com ، استقت بتاريخ 14 آذار 2014

7	الإمارات	4.517.000	٪ 85
8	تونس	4.447.000.	٪ 41
9	اليمن	4.322.000	٪17.4
10	الأردن	2.668.000	٪41
11	لبنان	2.535.900	٪61.2
12	العراق	2.210.000	٪7
13	الكويت	2.095.300	٪79.2
14	عُمان	1.854.000	٪60
15	فلسطين	1.779.900	٪41
16	قطر	1.719.400	٪88.1
17	ليبيا	1.115.000	٪19.9
18	البحرين	1.098.500	٪88
19	موريتانيا	180.000	٪5.4
20	الصومال	138.800	٪1.4
21	جيبوتي	64.000	٪8.3
22	جزر القمر	44.000	٪6

3. **إحصائيات الفيديو علي شبكة الانترنت** (Statistics on web video):

الإحصائيات في مجال الوسائط المتعددة لإستخدام الفيديو والصور في تزايد مستمر في المواقع الإلكترونية الإخبارية أو مواقع التواصل الإجتماعي بين ساعة وأخرى فالأرقام لاتكون ثابتة فالمواقع او المختصون الذين يقدمون إحصاءات عن الإنترنت تتباين الأرقام بينهم لتزايد الإستخدام على مدار الساعة:-

أ. 14 مليون مستخدم في خدمة فيمو

ب. 150.648.303 زائر لمواقع فيديو جوجل.

ت. مليار مشاهدة لفيديو جنجام ستايل وهو الأعلى مشاهدة في تاريخ اليوتيوب.

ث. 2.5 مليون ساعة تم رفعها لليويتوب متعلقة بالأخبار.

ج. 4 مليار ساعة شهريا تم مشاهدتها علي اليوتيوب.

ح. 60 مليون مشاهد شهريا لخدمة Ustream

خ. 16.8 مليون مشاهدة هي المشاهدة الأعلى خلال 24 ساعة في خدمة Ustream

د. 181.717 مليون مشاهد لمقاطع الفيديو من خلال الأنترنت في أمريكا [1]

4. إحصائية الصور على شبكة الإنترنت (Statistical image on the web):

أ. 7 بيتابايت من الصور يتم رفعها في الفيس بوك شهرياً.

ب. 300 مليون صورة يتم رفعها للفيس بوك يومياً.

[1] إحصائية عن موقع (Pingdom) استقت بتاريخ 5 آيار2013 www.computer-wd.com/2013/01/internet-statistics

ث. 5 مليارات صورة تم رفعها لخدمة انستجرام ، 58 صورة كل ثانية. [1]

ولسمات ومميزات الإنترنت وسرعة نمو مستخدميه والتطورات المتسارعة في تقنياته وبرامجه ووسائطه المتعددة مكَن له الدخول في جميع مجالات المعرفة والمعلومات من خلال مواقع إلكترونية متنوعة إخبارية ، إقتصادية ، علمية ، إجتماعية ، ترفيهية ، سياسية ، دينية وغيرها من المواقع الأخرى.

[1] المصدر نفسه

المبحث الثاني

النشر الإلكتروني Publishing Media

النشأة والتعريف (Origin and definition):-

شهدت السبعينيات من القرن الماضي، بداية تحرك القائمين على صناعة الصحافة، نحو استخدام أنظمة النشر الإلكتروني في إنتاج صحفهم، إذ حولت الحواسيب التي أُدْخِلتْ إلى المؤسسات الصحافية في الولايات المتحدة الأمريكية في نهايات الستينيات وُطِبّقتْ في بداية السبعينيات، الجرائد والمجلات إلى خلايا أولية إلكترونية مُبَشِرة بتكوين نظام إجتماعي جديد للمعلومات وحفظها ونشرها وتخزينها وإسترجاعها وتوزيعها أو نشرها بشكل يختلف عن كل ما صدر منذ صدور أول صحيفة، إذ تحولت الصحيفة (جريدة أو مجلة) إلى نظام معلومات إلكتروني وتحول الصحفي إلى معالج وتكنولوجي معلومات.[1] ويعود ظهور النشر الالكتروني الى تسعينات القرن العشرين للصحف والمجلات والمدونات ومواقع المعلومات للاستفادة من التكنولوجيا الجديدة ولتعويض الانخفاض المتزايد في عدد القراء وفي عائدات الإعلان.[2] ومن ابرز المستحدثات التكنولوجية التي ترتكز عليها الصحافة الالكترونية في مجالات إنتاج المعلومات ، شبكة الانترنت بكل ما توفره من إمكانات في العرض ، والاستقبال الفعال ، وتطبيقات الثورة الرقمية ، وشبكات الهاتف الجوال

---

(1) محمود سليمان علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الإتصال الجماهيري، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 1990)، ص95.

(2) سايمون ران، النشر الالكتروني الاعلام الجديد ، استقت بتاريخ 2-4-2009 www.Columbia Journalism Teview.com

، وأنظمة التصوير الفوتوغرافي الرقمي ، وأنظمة النشر المكتبي والالكتروني ، والوسائط المتعددة، وتقنية الورق الالكتروني.

ان ثورة الانترنت جمعت بين تكنولوجيات مختلفة استطاعت ان تتخطى الحواجز الجغرافية والزمنية ، وما ميز الانترنيت عن باقي تكنولوجيات الاتصال والمعلومات هو اعتماد الشخص على نفسه للوصول الى مصادر المعلومات وتفاعله معها وهو عكس الوسائل السابقة التي يكون فيها المستفيد مستقبلا فقط.[1]

إن التحول إلى النشر الإلكتروني على الإنترنت بأعداد متزايدة جاء لأسباب سياسية وإقتصادية وإبداعية وبخلاف الحال مع وسائل الإتصال التقليدية، فقد تم لأول مرة إتاحة المجال لمستخدمي الإنترنت للتحكم في تدفق المعلومات كماً وكيفاً وتطوير قدراتهم الذاتية، للتحكم في إستقبال المعلومات والأخبار التي يريدون قراءتها وفي الوقت الذي يشاؤون.[2] تتطور الخصائص العامة للصحافة والخدمات الإخبارية في الإنترنت مع تطور الشبكة نفسها، ، ولعل ما جلبه الإنترنت لصناعة النشر لكونه تجاوز مسألة توظيف التقنية لتطوير صناعة الصحف إلى تقديم حلول شاملة في مجالات جمع المعلومات والأخبار، وتحريرها، ونشرها وإيصالها إلى الجمهور في بيئة الكترونية متكاملة ، أتاحت الإنترنت أمام المستخدم خيارات إعلامية متعددة .[3]

---

[1] سامي طابع ، استخدام شبكة الانترنيت في الحملات الدعائية ، مجلة تلفزيون الخليج ، العدد 57 ، السنة 18 ، ايلول ، 1999، ص23 .

[2] فايز عبد الله الشهري، صورة المملكة العربية السعودية على شبكة الإنترنت، مصدر سابق، ص15.

[3] فايز عبد الله الشهري، صحافة الإنترنت إلى أين؟، جريدة الرياض، العدد 14475، 10 شباط 2008

والنشر الالكتروني عبارة عن الاختزال والتطويع والبث والتقديم الرقمي للمعلومات ، أو هو عملية خلق وثيقة جديدة ينتجها المرسل ، ويمكن عرضها بصورة ورقية أو الكترونية ، وميزاتها أنها تشتمل على النص المكتوب والصور والرسوم التي يمكن توليدها من خلال استخدام الحاسب الآلي .[1]

اذ يوفر استخدام النشر الالكتروني ميزة الانتقال من كلمة محددة في النص إلى ملف صوتي يشرح هذه الكلمة أو إلى صورة تتعلق بهذه الكلمة مما يتجاوز كثيرا مما يمكن أن تقدمه الوثائق المطبوعة أو من سرعة النفاذ إلى المعلومات المطلوبة ،[2] ومفهوم النشر الالكتروني يقع في مجال مشترك في تخصصات مختلفة كعلم الإعلام ، وعلم المكتبات ، وعلم الحاسبات والطباعة والنشر فكل علم من هذه العلوم ينظر للنشر الالكتروني من وجهة نظره ومن جانبه الخاص به .

لذا فان النشر الالكتروني هو أي مادة غير مطبوعة بالأساليب التقليدية وتنشر في شكل رقمي وتحمل على أوعية الكترونية .

ويعرف النشر الإلكتروني بأنه النشر المطبوع الدوري للصحف (جرائد ومجلات) والنشر المطبوع غير الدوري للكتب والمكتبات والمطبوعات والملصقات وغيرها، بالإستعانة بالحاسبات الإلكترونية في جميع خطوات ومراحل الإنتاج، من

---

[1] سعيد الغريب ، الصحيفة الالكترونية والورقية ، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الالكترونية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام) 2001م ، ص 187

[2] نبال ادلبي . قرص متراص متعدد الطبقات ، مجلة المعلوماتي ، العدد 47 ، 1996 ، ص46

جمع، وتوضيب ، وتجهيز صفحات وألواح معدنية وغيرها للطبع، ثـم الطباعـة، وثـم التجهيز للتوزيع في مكان واحد، أو في أكثر من مكان في وقت واحد. [1]

أو كما عرفه (سبرنغ) : هو اختـزان والتطويـع والبـث الرقمـي للمعلومـات ونشرها ،لكنها تصاغ في شكل بناء ، ويمكن إنتاجها بشكل ورقي أو رقمي.[2]

إن النشر الإلكتروني يعني نشر المعلومات التقليدية الورقية عبر تقنيات جديـدة تستخدم الحاسبات وبرامج النشر الإلكتروني في طباعة المعلومات، وتوزيعها ونشرها، وهناك من يذهب بمفهوم النشر الإلكتروني إلى مدى أوسع يحوي كل أشـكال أوعيـة المعلومات غير الورقية. وفي هذا السياق أورد الباحث حسن أبو خضرة تعريفاً للنشـر الإلكتروني بأنه واحد من ثلاثة أشكال وهي:[3]

1. استخدام الحاسب الآلي لتسهيل إنتاج المواد التقليدية.
2. استخدام الحاسب الآلي ونظم الإتصالات لتوزيع المعلومات إلكترونياً عن بُعْدْ.
3. استخدام وسائط تخزين إلكترونية متنوعة لتوزيع المعلومات بناء على الطلب.

وأيضاً فإن إصدار الدوريات والكتب وغيرها عـبر الإنترنـت أو علـى قـرص ليزري (CD) وتوزيعها على المستفيدين يُمثِل أشكالاً من أشكال النشر الإلكتروني.

إن ما أحدثته التطورات المتسارعة في عالم الكومبيـوتر وتكنولوجيـا المعلومـات والتي منها الانترنت، قد أدى إلى أحداث تغيرات كبيرة إن لم تكن جذريـة في مفـاهيم

---

(1) سمير محمود، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، (مصر: دار الفجر) 1997، ص45.

(2) سعيد الغريب ، الصحيفة الالكترونية والورقية ، دراسة مقارنة (القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام) 2001 ، ص 187

(3) حسن أبو خضرة، النشر الإلكتروني، رسالة المكتبة، مج 23، (عمان، أيلول 1988) ص32-34.

النشر، وما تعتمده من أساليب في إنتاج وإدارة وتوزيع البيانات والمعلومات، ان النشر الإلكتروني واحد من هذه التغيرات التي صاحبت ظهور التكنولوجيا الحديثة، والنشر الإلكتروني هو الطريقة التي بوساطتها تُقدم الوسائط المطبوعة (Printer-Based Materials) كالكتب والبحوث العلمية بصيغة يمكن استقبالها وقراءتها عبر شبكة الانترنت.[1]

وتعد الصحف الالكترونية جزءاً من مفهوم أوسع وأشمل هو النشر الالكتروني الذي لا يعني فقط مجرد استخدام أنظمة النشر الالكتروني وأدواته (DTB) Desktop Publishing أو أنظمة Computer-To- Plate المتكاملة ، بل يمتد حقل النشر الالكتروني الآن ليشمل أيضاً النشر عبر الانترنت On Line Publishing او توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصال عن بعد Telecommunication Link ، أو من خلال الوسائط المتعددة وغيرها من الأنظمة الاتصالية التي تعتمد على شبكات الحاسبات وتعتمد أنظمة النشر الالكتروني التقنية الرقمية التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص والصوت والصورة معاً بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة .[2]

ومع تطور النشر الإلكتروني وتغير المفاهيم الخاصة بسبل النجاح والتفوق تغير الوضع بالنسبة للصحيفة الإلكترونية وأصبح موعد الإنجاز الأخير لا يرتبط بوقت، بل انه على مدار (24 ساعة) يومياً ، هذا التطور يُعَدُّ نتيجة حتمية للمنافسة الشديدة بين الصحف ووسائل الإعلام الأخرى وبشكل خاص التلفزيون والراديو والسباق

[1] موقع الموسوعة العربية للكومبيوتر والانترنت، مقالات الموسوعة،استقت بتاريخ 7- 1- 2011، ص http://www.c4arab.com/ 11

[2] سعيد الغريب ، الصحيفة الالكترونية والورقية ، مصدر سابق ، ص 187

فيما بينها لنشر الأخبار العاجلة... لذا فان السمة الفورية والآنية في إمداد المستخدم بالأخبار والمعلومات من أهم مبررات الإقبال على قراءة الصحف الإلكترونية.[1]

وأمكن للصحف الالكترونية عن طريق النشر الالكتروني تحديث صفحاتها في فترات متقاربة نظرا للسمات التي تتمتع بها الانترنيت فيما كانت الصحف المطبوعة تنتظر يوما كاملا لتحديث أخبارها. [2] إذ لجأ عدد كبير من المؤسسات العاملة في مجال النشر الالكتروني إلى استخدام الأقراص المدمجة CD ROM التي تمتاز بخزن كميات هائلة من المعلومات.[3]

إن ثورة الانترنت جمعت بين تكنولوجيات مختلفة استطاعت أن تتخطى الحواجز الجغرافية والزمنية ، وما ميز الانترنيت عن باقي تكنولوجيات الاتصال والمعلومات هو اعتماد الشخص على نفسه للوصول إلى مصادر المعلومات وتفاعله معها وهو عكس الوسائل السابقة التي يكون فيها المستفيد مستقبلا فقط.[4]

ويشهد العالم حالياً تحولاً إلى النشر الإلكتروني، ومن المتوقع أنه عن طريق التنامي المستمر للإنترنت سوف يصبح الطلب على المنتجات الموجودة على شاشة

---

[1] رضا عبد الواجد أمين، إستخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية، مصدر سابق، ص118.

[2] السيد بخيت . الصحافة والانترنيت (القاهرة : دار العربي للنشر والتوزيع) 2000 ، ص27 .

[3] محمد محمد أمان ، النشر الالكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات ، المجلة العربية للمعلومات ، المجلد 6 ، 1985 ، ص23

[4] سامي طايع ، استخدام شبكة الانترنيت في الحملات الدعائية ، مجلة تلفزيون الخليج ، العدد 57، السنة 18 ، ايلول ، 1999 ، ص23 .

الكمبيوتر مباشرةً أكبر من ذي قبل، ومن هنا فإن المؤسسات التي تستطيع الحصول على المعلومات مباشرة ستكون المتقدمة في مجال صناعة النشر.[2]

وتوالت بعد ذلك محاولات النشر الالكتروني للصحف بالإعتماد على تقنيات متعددة مثل : تقنية (الفيديو تكست) التي تعتمد على التلفون وخدمة (بريستل) التي أتيحت للجمهور عام 1979م وخدمة (سيفاكس) التي جاءت على النقيض من (بريستل) ، وخدمة (فيوترون) ، في مطلع الثمانينيات ، ونظام (منيتل) للمعلومات الالكترونية ، ودليل التليفون الذي أطلقه الفرنسيون ، وخدمة (برودجي) التي جاءت مع نشوء الحاسب الآلي الشخصي ، والربط المتزايد بين أجهزة الكمبيوتر عام 1987م .

وهكذا فأن الجريدة اللاورقية أصبحت تصل الى المنازل من خلال الخدمات المباشرة لقواعد البيانات مثل خدمة (برودجي) التي صممت لكي تصبح جريدة قومية أمريكية تصل مباشرة إلى المنازل ، بالإضافة إلى العديد من الجرائد التي بدأت الدخول إلى عالم الخدمات المباشرة مقابل اشتراك سنوي.[2]

1. **أشكال النشر الالكتروني** (Forms of electronic publishing):-

يتخذ النشر الإلكتروني عدة أشكال هي:- [3]

---

[1] شريف درويش اللبان، تكنولوجيا النشر الصحفي، الإتجاهات الحديثة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2001 ط1)، ص123.

[2] شريف اللبان ، الصحافة الالكترونية ، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع ، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، ط1، 2005) ص 25

[3] سعيد الغريب ، الصحيفة الالكترونية والورقية ، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات، مصدر سابق ، ص 187

أ. قواعد المعلومات على الخط المباشر (On line) وهي عبارة عن شبكة معلومات (Data Base).

ب. تكنولوجيا الطباعة باستخدام الحواسيب .

ت. النشر باستخدام dvd , cd

ث. وسائل الاتصال الجديد (الميديا الجديدة) .

2. **أهداف النشر الإلكتروني**(The objectives of the e-publishing):

أهداف النشر الإلكتروني كانت تنحصر في هدف واحد هو قدرة الشبكات على نقل الملفات النصية لخدمة الأغراض العسكرية حتى بدأت أهداف النشر الإلكتروني تتعدى إلى المؤسسات الأكاديمية والجمعيات العلمية وغيرها بما في ذلك الأفراد وأصبحت أهدافه تتركز في النهاية في الآتي:

أ. تسريع عمليات البحث العلمي في ظل السباق التكنولوجي.

ب. توفير النشر التجاري الأكاديمي.

ت. وضع الإنتاج الفكري لبعض الدول على شكل أوعية إلكترونية.

ث. تعميق فرص التجارة الإلكترونية.

3. مميزات النشر الإلكتروني (Features electronic publishing):

يمتاز النشر الإلكتروني عن النشر التقليدي بما يلي:-[1]

---

[1] صادق طاهر الحميري، النشر الإلكتروني عالم من الحداثة والتجدد، المركز الوطني للمعلومات، مجلة المعلومات عبر الانترنت، ص2. http://www.nic.gov.xe

أ. تقليل تكاليف النشر(Reduce the costs of publishing): النشر الإلكتروني يقلل تكاليف الطبع والتوزيع والشحن، وأيضاً التوفير في تكاليف الإستخدام الورقي إذ إنه لايعتمد على الورق كما في النشر الورقي.

ب. اختصار الوقت(Shorten the time): إذ أن المستخدم لا يحتاج إلا لبعض الدقائق عن طريق زيارة موزع الكتب الإلكترونية، او عن طريق زيارة موقع باحث معين على الانترنت من اجل الوصول إلى الكتاب أو (الأخبار وأية معلومات أخرى) يحتاجها المستفيد.

ت. التشويق والمتعة(Thrill and fun): عند النشر الإلكتروني يمكن للمستخدم بإضافة المؤثرات السمعية أو البصرية في إطار المادة المنشورة إلكترونياً مما تدخل التشويق والمتعة للمتلقي.

ث. المراجعة والتعديلات (Revision and amendments) : من السهل إجراء عمليات المراجعة وما يترتب عليها من تعديلات بالإضافة أو الحذف على المواد المنشورة إلكترونياً والحصول على نسخة محدثة للنشر دون تكلفة كبيرة.

4. عيوب النشر الإلكتروني (Disadvantages of electronic publishing):

على الرغم من مزايا النشر الإلكتروني إلا أنه هناك عيوب يمتاز بها وهي: [1]

أ. الحروف المطبوعة على الورق لها نكهة وجودة خاصة للمتلقي بعكس الحروف المقروءة على الشاشة التي لا تعادل الحروف المطبوعة على الورق.

---

[1] الموسوعة العربية للكومبيوتر والانترنت، مصدر سابق، ص8 ـ 9.-www. arabteam2000-forum.com

ب. الحاجة إلى وجود بنية تحتية في مجال الاتصالات والأجهزة والبراجيات لتوفير الكتب المنشورة الكترونياً.

ت. الحاجة إلى تعلم استخدام بعض البرامج للحصول على الكتب الإلكترونية ولقراءة هذه الكتب.

ث. الكتاب العادي غير حساس ويتحمل ظروف الإستخدام اليومي خلافاً للكتب المنشورة إلكترونياً.

مع كل ما تقدم فإن النشر الإلكتروني يُعد طفرة مهمة في نقل المعلومات إلكترونياً لتكون في متناول الجميع كلٍ حسب إختصاصه.

المبحث الثالث

الإعلام الإلكتروني Electronic Media

أولاً : مفهوم الإعلام الالكتروني (Electronic Media) :-

إن من أهم الثورات التكنولوجية التي قلبت الموازين في الإعلام التقليدي ، هي ظهور شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) وانتشارها وما صاحبها من قفزات في النشر الالكتروني ، وأصبحت هذه الوسيلة الاتصالية (الانترنت) منافساً قوياً لوسائل الإعلام التقليدية.[1] إذ نقلت التكنولوجيا الجديدة الصراع بين الوسائل إلى ساحات أخرى، فهي لم تعد محصورة كالسابق بين الصحافة الورقية والتليفزيون في شكليهما التقليديين، فقد توسعت الساحات ذاتها، ودخلها عناصر جديدة غيرت تماماً من طبيعة الصراع ووسائله. فالإنترنت تقدم طرقاً مختلفة في "عرض" المعلومات، كما أنها تدفع نحو المستهلك أدوات مختلفة للتصفح. أما من حيث المضمون فهي أيضاً، على خلاف الصحافة التقليدية، فهي في نمو متواصل في كل لحظة ، والتغطية الخبرية يمكن أن تتم تغذيتها بالمستجدات دون توقف ؛ فالإنترنت جمعت بين يدي مستهلكي المعرفة لما هو مطلوب: (المعلومة، الصورة، الحركة، السرعة، اليسر والسهولة في التداول والتفاعل).[2]

---

[1] ينظر: د. فيصل ابو عيشة ، الإعلام الالكتروني ، عمان (دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2010)، ص 97

[2] د. فهد العرابي الحارثي (باحث سعودي) ،، الإعلامي الجديد ومستقبل إعلامه ، مركز اسبار للدراسات والبحوث والإعلام ، مقالة أستقت بتاريخ 21/ 5/ 2011 ، www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=808

فالإعلام الإلكتروني بالإنجليزية(Electronic media) هو الإعلام الـذي يـتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع مـن الإعـلام بحصـة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليه وسرعة إنتاجـه وتطـويره وتحديثه كما يتمتع بمساحة أكبر من الحرية الفكرية وتعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة والأقراص المدمجة أهم أشكال الإعلام الالكتروني الحديث.

لذا فأن هذه الظاهرة استوقفت الكثير مـن البـاحثين والدارسـين نـتج عنهـا الكثير من التعريفات لاسيما في الإعلام الالكتروني ، فالبعض يعرفه بأنه : عبارة عن نوع جديد من الإعـلام يشـترك مـع الإعـلام التقليـدي في المفهـوم والمبـادئ العامـة والأهداف وما يميزه عن الإعلام التقليدي انه يعتمد على وسيلة جديدة مـن وسـائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بـين كـل وسـائل الاتصـال التقليـدي ، بهـدف ايصـال المضامين المطلوبة بأشكال متمايزة ، ومؤثرة بطريقة أكبر ، وهو يعتمد بشـكل رئيسـي على الانترنت التي تتيح للإعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفـة ، بطريقة الكترونية بحتة. [1]

وهنا يقول برودي: (بينما يسـتمر التلفزيـون بـدوره كنافـذة علـى العـالم فـإن الإعلام الإلكتروني استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت). [2] لذلك فإن الإعلام أصبح متعدد الاتجاهات، إذ أن الإنترنت في عالم ما بعـد التفاعليـة تغير دور مستخدمي الإنترنت من حالة الإستهلاك للمحتوى الإعلامي إلى حالة إنتاج هذا المحتوى فتحول نمط التدفق الإعلامي من نمط تدفق في إتجاه واحد إلى نمـط تـدفق

---

(1) د. فيصل أبو عيشة ، الإعلام الالكتروني ،مصدر سابق ، ص 99

(2) Brody, Douglas. A. Saudi Arabia international media strategy: influence through multinational owner ship in Hfezx. (ed) Mass media politics and society in the middle east. (Hampton press Ine, 2001). p. 138.

متعدد الإتجاهات، وبذلك ظهر (الصحفي المواطن) (Public or participatory journalism) وهو دور يؤديه المواطن الذي يلعب دوراً فعالاً في عملية جمع وتصنيف وتحليل وصياغة المعلومات والأخبار.[1] التي تقع تحت مسمى الصحافة الالكترونية او الإعلام الالكتروني حيث جاء في دراسة مسحية قام بها (ايرك ماير) (Eric Mayer) الذي يملك (نيوز لنك) ، المؤسسة الاستشارية للانترنت ان في نهاية التسعينيات كانت عشرات المحطات التليفزيونية وأكثر من 2000 مجلة تخصص لها مواقع على شبكة الانترنت بعد ان كانت مجلة واحدة في تشرين الأول 1994م حيث قام (أندرو أنكر) بنشر أول مجلة الكترونية على شبكة الويب ، وهي مجلة (هوت وايرد)، التي أطلقت العنان للاستخدام المكثف للشبكة في صناعة النشر ، كما كان أول موقع من مواقع الشبكة يستخدم في الإعلان عن منتجات الشركات ، والترويج لها وتسويقها عبر الانترنت حيث مثلت (هوت وايرد) نوعاً جديداً من الصحافة.[2]

ويتفق الباحث مع التعريف القائل بأن الإعلام الإلكتروني هو: (نوع جديد من الإعلام يشترك مع الإعلام التقليدي في المفهوم والمبادئ العامة إلا أنه يختلف عنه من حيث أنه يعتمد على وسيط إتصالي جديد هو الإنترنت، وهذا الوسيط الجديد يسمح بالدمج بين كل وسائل الإتصال التقليدية بهدف إيصال المضمون المطلوب بأشكال متميزة ومؤثرة ومقنعة، وبطرق إلكترونية تجمع بين النص والصورة والصوت

---

(1) احمد محمد يوسف، ماشكل الإعلام الإلكتروني ومستقبله في الوطن العربي، مقالة منشورة في جريدة القبس، العدد 13599، الكويت، 22/ 11/ 2007.

(2) احمد السمان، دراسة مقارنة بين صورة مصر في المضمون الصحفي المطبوع وعلى شبكة الانترنت، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة) 2003، ص 57

مما يمكن للمُرْسِل والمُتلقي مناقشة المضامين الإعلامية التي يستقبلها، سواء مع إدارة الموقع، أو مع مُتلقين آخرين باستخدام الإنترنت تحديداً).[1]

ثانياً :أنماط الإعلام الإلكتروني(Patterns of electronic media):

مع الإعلام الجديد وشبكة الإنترنت فأن قنوات الإعلام الإلكتروني تتسع لتشمل:[2]

1. الصحافة الإلكترونية(Electronic Press): خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، و حزم النشر الصحفي.
2. الإذاعة الإلكترونية والتليفزيون الإلكتروني (Radio electronicTV -mail) : خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التليفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة التي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.
3. الأرشيف الإلكتروني(Services electronic archive):وهو نمط يمكن فيه أرشفة جميع المعلومات إلكترونياً بحيث يمكن للمتلقي أن يسترجعها في أي وقت.
4. الإعلانات الإلكترونية (Electronic Bulletin): خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.
5. المواقع الشخصية (Personal sites)
6. المراصد الإعلامية (Observatories media)

---

[1] رامي أكرم شريم: الإعلام الإلكتروني العربي، مقارنة نقدية، مجلة الإذاعات العربية، مجلة يصدرها إتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الرابع، تونس، السنة 2001، ص20.

[2] منتدى الاعلام الالكتروني موقع الملاك ، مقالة ، استقت بتاريخ 21
etudiantdz.com/vb/t26739.html

7. النشرات البريدية (Newsletters)

8. المدونات (Blogs)

9. المنتديات (Forums)

10. خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة(Electronic information services): تواصلية ومعرفية وترفيهية، وغرف الدردشة الصوتية.

11. اللوائح البريدية (Mailing lists)

12. خدمات البث عبر الهاتف الجوال (Broadcasting services via mobile phone): وتشمل:البث الحي على الهاتف الجوال،بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـ MMS ، وغيرهما.، بث خدمات الأخبار العاجلة.

وهذا يعني أن الإعلام ووسائله الإلكترونية الحديثة قد ساد ساحة الثقافة الأمر الذي يؤكد محورية الإعلام في حياتنا المعاصرة، وذلك الإهتمام الكبير الذي تحظى به قضايا الفكر والتنظير الثقافي المعاصر حتى بات يُطلق عليها الثقافة الإلكترونية أو الثقافة التكنولوجية.[1]

ثالثاً: خصائص الإعلام الالكتروني

:(The characteristics of the electronic media)

للإعلام الإلكتروني كباقي أنواع الإعلام الأخرى خصائص خاصة به وهي:[2]

---

[1] نبيل علي، نادية حجازي، الفجوة الرقمية رؤية عربية لمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، العدد 318، (الكويت، المجلس الوطني للادب والثقافة والفنون، 2005)، ص121.

[2] منتدى الإعلام الالكتروني، موقع ملاك ، مصدر سابق
http://etudiantdz.com/vb/t26739.html

1. التنوع (Diversity): من المشكلات التي تواجه المحرر في الصحافة التقليدية الورقية هي المساحة المخصصة للموضوع ، لذا كان عليه أن يوفق أو يتحدد بمقدار ما يكتبه والمساحة وحاجة الجمهور.

إلا أن خاصية التنوع في الإنترنت تغلبت على مشكلة المساحة حيث سمح الإنترنت بإنشاء صحف متعدّدة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظرياً يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعدّدة من الاهتمام، وطريقة النص الفائق (Hyper text) هي المحرك لهذا التنويع في الإعلام، الذي يمكن من إيجاد نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطاً مختلفة من المقاربات، والمصادر والوسائل الإعلامية ترتبط فيما بينها جميعا بشبكة من المراجع.[1] وخاصية التنوع تشمل:[2]

أ. فصل المحتوى (Delinking of content): بإمكان الوسيلة الإعلامية كالصحف الورقية أن تفصل محتواها ، على سبيل المثال،هناك صحف تنشر طبعتين واحدة ورقية وأخرى للإنترنت، والنسخة على الإنترنت قد تكون مفصلة وفقاً لرغبة القارئ لأن النشر عبر الإنترنت لا يتحدد بمساحة كما في الصحافة الورقية التي

---

(1) ينظر:

- حسن مظفر الزرو، الواقع الإفتراضي في الحاسوب، هل يحمل بديلاً عن الواقع الملموس، المجلة العربية للتربية والثقافة والعلوم، عدد 34، تونس، 1998، ص89.

- د. مايكل كنيدي، الكتابة في فضاء الإنترنت ، بحث منشور على الإنترنت للملتقى العربي لصحافة تقنيات المعلومات ، دبي ، 2003 ، ص 96

(2) Mark Deuze, the web and its journalism: considering the consequences of different types of news media online SAGE publications, London, thousand oack CA and New Dehil Vo 15 (2). 2003, p33

تلزم المحرر أن يحذف من الموضوع أو لا يضيف تفاصيل أخرى وفقاً للمساحة المحددة في الصفحة.

ب. إمكانية التعديل (Potential scalability): اذ أصبح من السهل تعديل حجم الصور والرسومات والصفحات مثلاً وتحركيها أو خلق عوالم إفتراضية أو ثلاثية منها.

ت. إمكانية التحديث(The possibility of update): بعض نُظُم الإعلام الإلكتروني يمكن أن تتضمن معلومات تتغير بإنتظام ويجب أن تخضع لتحديث معلوماتها على مدار الساعة ، مثل الأخبار العاجلة، أسعار الأسهم وغيرها.

2. المرونة (Flexibility):- تتجلى المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي (مستخدم الانترنت)، إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالانترنت أن يتجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه ويلعب الحاسوب هنا دورا مزدوجاً فهو من جهة الوعاء المادي الذي يؤمن الاتصال بالإنترنت والتعامل معها بالإضافة إلى وظيفته الأساسية المتمثلة في معالجة المعلومات،وتخزينها بمختلف الأشكال والطرق، وكلما زادت قدرات الحاسوب كثرت مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية.[1]

أما على المستوى الإعلامي تبرز خاصية المرونة من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع وهذا ما يتيح له فرصة إنتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة، والتمييز بينها وبين المواقع التي تقدم

---

[1] عبد الرحيم صقر، مشروع لغة الشبكات العالمية، المجلة العربية للعلوم، العدد34 السنة السابعة عشر، تونس، 1999، ص68، www.geocities.ws/pal_media/docment.htm

معطيات مزيفة مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومة قد زادت كثيراً مع ظهور الانترنت التي سهلت كثيراً من عمليات تركيب الصور وتعديل الأصوات وغيرها. [1]

3. إتساع التمدد الجغرافي (Breadth of geographical expansion): لاحدود جغرافية تقف بوجه الإعلام الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت إذ تمكن الموقع الإلكتروني من الوصول إلى مختلف أنحاء العالم على عكس عدد كبير جداً من وسائل الإعلام التقليدي التي تكون مقيدة في أغلب الأحيان بحدود جغرافية محدودة، ، لذا تسعى غالبية الوسائل الإعلامية إلى شق طريقها وإستحداث نسخة إلكترونية لها في الإنترنت. 2[2] مما يعني إيصال الرسالة الإعلامية إلى مدى عالمي يتجاوز القيود التقليدية التي تعيق التلفزيون والصحافة المطبوعة.

ويرى الدكتور ياس خضير البياتي: إن الأخطر في عالم اليوم هو أن ميدان الإعلام وتكنولوجيا الإتصال يشهد ثورة كبيرة في أدواته وأساليبه ومضامينه، بحيث لم يعد هناك مفهوم واضح لما يسمى (بالسيادة الوطنية) أو جغرافية المكان ولم يعد العالم (قرية صغيرة) كما عبر عنها (ماكلوهان)، وإنما أصبح العالم غرفة صغيرة تحت سلطة الكلمة والصورة، ويحكم فيها الأرقى والأغنى والأفضل.[3]

---

[1] يُنظر: ـ عبد الأمير الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، رسالة دكتوراه مقدمة الى جامعة بغداد، كلية الإعلام ،2004م ، ص116

ـ مي العبد الله، الإتصال والديمقراطية، الفضائيات والحرب الإعلامية (بيروت : دار النهضة العربية) 2005، ص220.

[2] رامي أكرم شريم، الإعلام الإلكتروني العربي، مقارنة نقدية مجلة الإذاعات العربية ،مجلة يصدرها اتحاد اذاعات الدول العربية ، تونس ، العدد الرابع ، 2001 ، ص14.

[3] ياس خضير البياتي: الإتصال الدولي والعربي، مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، (عمان، دار الشروق)، 2006، ص11.

إن التكنولوجيات الحديثة ولاسيما الإنترنت وفرت فرصة تعاطي كل فرد مع الصحافة الرقمية بشكل منعزل يمثل تجربة مستقلة عن الآخرين، بمعنى أن نمط الصحيفة التقليدية التي كانت تعرف جمهورها بشكل عام وتوزع عليهم محتوى متماثل من الممكن تحديده وتنفيذه وتقديمه، هذه القدرة لم تعُدْ قائمة في عصر الإنترنت، إذ أن الصحيفة الإلكترونية لا تعرف جمهورها بشكل مناسب، ولا تستطيع الزعم أن محتواها الإخباري المتماثل يصل إلى القراء أو يتوزع عليهم بشكل مناسب.[2]

وبمعنى آخر أن عنصر (الفردانية) يتضمن قيام القراء بإختيار الموضوعات أو الفنون عبر الصحف عن طريق الإنترنت لذلك فإن الجمهور الواسع يمكن أن يتوزع على أنماط مختلفة من المضامين، وفي مثل هذه الظروف تزداد بشكل كبير صعوبة إيجاد محتوى مقبول من الجمهور في بيئة إتصالية عابرة للمجتمعات والثقافات.

4. التكلفة (Cost): لعل أهم مميزات الإعلام الإلكتروني أنه واطئ التكلفة ، ويُطَوَّر بفعل الثورات المتلاحقة في تكنولوجيا الإتصال التي تؤدي إلى خفضٍ متوالٍ في أسعار الإعلام الإلكتروني، وكلفة استخدامه، ومن هنا يتحدث أنصار الإعلام الإلكتروني عن الحتمية التكنولوجية لإنتشاره.[1]

ويبرز هذا العامل بخاصة على مستوى الصحافة المكتوبة وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إعلامي الكتروني إذ انه يوفر على صاحب الجريدة جزءاً من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة، ويضمن له في الوقت نفسه عدداً أكبر

---

(1) لقاء مكي، الأشكال التقليدية للمحتوى الصحفي مقابل صحافة الإنترنت، مصدر سابق

(2) محمد شومان، في ضوء ثورة الإعلام، هل نقول وداعاً للصحافة والإذاعة والتلفزيون، الجزيرة صحيفة يومية تصدرها مؤسسة الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر العدد:10682 الطبعة الاولي الخميس 27/ 12/ 2001 ، http://www.ahlabaht.org/8215361132

من القراء، فالصحيفة الناجحة تحاول أن توفق بين إصدار أعداد ورقية وفي الوقت نفسه تحاول إنشاء موقع لها على شبكة الإنترنت.[2]

5. التفاعلية (Interactive): إن التغير الذي نشهده اليوم يعتمد على استخدام الكمبيوتر في إنتاج وتخزين المعلومات، وهذه الخاصية هي عملية توفير مصادر المعلومات لعموم الناس وبشكل مُيَسَّر وبأسعار مخفضة هي في الواقع خاصية مشتركة بين الإعلاميين الإلكتروني والتقليدي، والفرق بينهما هو أن الإعلام الإلكتروني قادر على إضافة خاصية جديدة وهي التفاعلية (Interactive). إذ أتاحت الإنترنت الأدوات التفاعلية التي تُمَكِنُ من حدوث تفاعل بين الجمهور والقائم بالإتصال، وان وسائل الإعلام التقليدية، وفي مقدمتها الصحافة تستخدم هذه الأدوات على مواقعها على الإنترنت لتحقيق التفاعل بينها وبين قرائها [2]، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التحاور المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر عن طريق الموقع، وكذلك المشاركة في منتديات الحوار بين المستخدمين والمحادثة حول مواضيع يتناولها الموقع أو يطرحها زوار ومستخدمو الموقع. كما تُتيحُ التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات والحصول عليها، وهذه الخاصية أضافت بُعْداً جديداً مهماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية. والتي تتكون في العادة من منتجات ذات إتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة إلى قناة التلفزيون أو الراديو إلى المستهلك، مع إمكانية

---

(1) سعود صالح الكاتب، الصحافة العربية في الإنترنت، المجلة العربية، العدد 36، السعودية، 2000، ص27.www.geocities.ws/pal_media/docment.htm

(2) Morris. Merrit & Ogan. Christin. The internet as Mass media. Journalist of mass communication. Op.cit., p.53.

إختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدها ومتى أرادها وبالشكل الذي يريده، مثل قنوات التسوق المنزلي على أنظمة الكيبل أو على الإنترنت. (1)

أو الخدمات التي يرغب في الحصول عليها بشكل مسبق، فموقع CNN الأمريكية يستخدم هذه الخاصية بحيث يمكن للزائر استخدام هذه التقنية، مثلاً للحصول على أخبار الشرق الأوسط، والتقارير الخاصة ببورصة "وول ستريت" وحالة الطقس في البلد الذي يسكن فيه فقط.(2) ويلاحظ أن موقع الجمهور قد تغير في المعادلة الإعلامية الحديثة التي تُقيمُها التكنولوجيات الجديدة؛ إذ أصبح طرفاً مشاركاً فيها ولم تُعَدُّ تُطلَق عليه تسمية القارئ أو المشاهد أو المستمع بل صارت تُطلَقْ عليه تسمية "المستخدم" (User) نتيجة منطق "التفاعلية (Interactivity) الذي فرضته التكنولوجيات الحديثة أو التطورات التكنولوجية التي أُدْخِلَتْ على وسائل الإتصال القديمة. (3)

وما يجب ذكره في هذا الصدد أن الإتجاه الرئيس لوسائل الإتصال الجماهيري حتى بداية الثمانينيات ظل يحرص على توجيه الرسائل للجماهير العريضة (Massification)، إلا أن الإتجاه الجديد لوسائل الإعلام الإلكترونية أصبح يتجه نحو تفتيت الجمهور (Demassfication) عن طريق إتاحة عدد هائل من الرسائل الإتصالية الموجهة إلى مجموعات صغيرة أو أفراد، ومن مظاهر هذا التحول إنتشار خدمات التلفزيون الكابلي التفاعلي التي تُتيحُ للمُتلقين الأفراد إختيار نوع الرسائل المناسبة لميولهم الفردية وفي الأوقات التي تلائمهم، وكذلك خدمات التلفزيون ذات

---

(1) سعود صالح الكاتب: الإعلام القديم والإعلام الجديد، مصدر سابق، ص3

(2) رامي أكرم شريم، الإعلام الإلكتروني العربي، مصدر سابق، ص15.

(3) نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام والمجتمع، ظلال وأضواء، دار الكتاب الجامعي 2004، ص150.libraries.najah.edu/book-details/120820.html

القوة المنخفضة (LPTV) الموجهة لقطاعات متجانسة وصغيرة العدد، وخدمات الراديو ضيقة النطاق (Narrow-casting) التي يزداد إنتشارها جنباً إلى جنب مع الخدمات واسعة النطاق (Board- casting).[1]

من خلال ما تقدم يرى الباحث أنه يمكن أن تبرز عدة سمات للإعلام الإلكتروني منها:

أ. لاحدود جغرافية(A limitless geographic) الإعلام الإلكتروني يتميز بأن لاتعترضه حدود جغرافية كما في الإعلام التقليدي ؛ فهو إعلام مفتوح على مصراعيه بوجود شبكة الإنترنت العالمية.

ب. قلة التكاليف(Low cost) عند إصدار موقع إلكتروني لصحيفة او إذاعة أو فضائية فإن التكاليف تكون قليلة إذا ما أستخدمت تقنيات التكنولوجيا الحديثة.

ت.توفير المعلومات(Providing information) يوفر الإعلام الإلكتروني كم هائل من المعلومات التي يحتاجها المستخدم في أي ميدان إخباري ثقافي تعليمي وبكافة أشكال إستخدامات الوسائط المتعددة (نص ، صور، رسوم ، صوت ، فيديو).

ث. الأرشفة الإلكترونية(Electronic Archiving) من مميزات الإعلام الإلكتروني الهامة التي تحفظ تراليونات الملفات والتي يمكن للمستخدم الحصول عليها بالرجوع إليها إذ كل موقع يحتفظ بأرشيف إلكتروني بكل ما ينشره لكي يتمكن الزائر من تصفح الأخبار والصور والفيديو والنصوص والرسومات بتواريخ سابقة.

---

[2] حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2005)، ص18.

ث. تنوع المستخدمين(Diversity of users) بما أنه لاحدود جغرافية تعيقه فلابـد أن يكون هناك تنوع وتعدد مستخدميه من جميع العالم.

ج. التفاعليـة(The interactive) التواصـل والحـوار والتغذيـة المرتـدة الفوريـة هـي ماجعلت التفاعلية في الإعلام الإلكتروني ميزة ينفرد بها خلافاً للإعلام التقليدي الذي تكون فيه التفاعلية مفقودة أو بطيئة لا سيما في الصحافة الورقية.

ح.إعلام خـاص(Own media) يتـيح الإعـلام الإلكترونـي بإنشـاء إعـلام خـاص لمؤسسات وأشخاص مـن خـلال تأسـيس موقـع خـاص أو مدونـة شخصـية أو صفحة على (الفيس بوك) ليبث من خلالها ما يرغب به.

2

الفصل الثالث

المواقع الإلكترونية

والوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني

Chapter Three

Web Site and Multi Media

المبحث الأول: المواقع الإلكترونية أنواعها ومكوناتها Types and components of websites

المبحث الثاني: الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني(Multi Media)

المبحث الأول

المواقع الإلكترونية .. أنواعها ، مكوناتها

(Types and components of websites)

لم تقف وسائل الإعلام بكافة أنواعها المقروء والمسموع والمرئي مكتوفة الأيدي أمام الإعلام الإلكتروني الجديد بوسائطه وتقنياته المتطورة بل كانت السباقة في دخول هذا المضمار لاسيما وأنه له الكثير من المميزات بقلة التكاليف ، والعاملين قياساً للمؤسسات الإعلامية التقليدية ، فضلاً عن تجاوزه للحدود الجغرافية والرقابية .

إذ أسست معظم الصحف الورقية والإذاعات والتلفزة مواقعاً إلكترونية خاصة بها ، وهذا الإقبال على الإعلام الإلكتروني بتنوع مواقعه حملَ القائمين عليه أن يطوروا من أساليب التصميم والإخراج وإستخدام الوسائط المتعددة لإضافة الجمالية والتفاعلية عليها.

ومن المؤشرات المهمة في تطور المواقع الإلكترونية أنها خلقت بتقنياتها المتعددة ما يُسمى بصحافة (الميديا) إذ يُرفقُ الخبر أو الموضوع بالصور و الصوت والفيديو فضلاً عن تعليقات، وإضافة الروابط ذات الصلة، مما جعل الصحافة تختلف كوسيلة إعلامية في مفهومها ليتوسع هذا المفهوم ويحتوي عدداً من الوسائل الإعلامية الأخرى، وقد جعل هذا التطور (الصحف الورقية والإذاعات والقنوات الفضائية) تلجأ إلى عمل مواقع إخبارية على الإنترنت ... وتقدم خدمة متوازية لا تقل أهمية للجمهور بل قد يتسع جمهورها ... ، وأيضاً السهولة بتلقي ردود الفعل والتعليق من المشاهدين على الموقع عنها في القناة الفضائية، وقد لجأت معظم الفضائيات والإذاعات أن تردد للمتلقي (للمزيد من التفاصيل والتعليق على الأحداث يمكنكم

زيارة موقع القناة أو الإذاعة على الإنترنت) مع كتابة عنوان الموقع بالنسبة للفضائيات. [1]

تعريف الموقع الألكتروني(Definition Website):

المواقع الالكترونية يطلق عليها بالانكليزية (Web Sites) والتي يمكن الوصول لها من خلال محدد موقع المصدر((Uniform Resource Locator URL)) أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مُستعرِض الويب (Web browser) ، ولها أنواع مختلفة.[2] وتعرف أيضاً بأنها مجموعة من العناصر أو ما يمكن تسميته بالصفحة، وكل موقع يتكون من مجموعة من الصفحات والعكس غير صحيح.. ويطلق على مجموعة المواقع ذات الإهتمامات المختلفة تسمية عالم الوورد وايد ويب (World Wide Web).[3]

فيما يعرف بعضهم الموقع الإلكتروني بأنه (مجموعة صفحات ويب مرتبطة ببعضها البعض)، ويمكن مشاهدة مواقع الويب عبر برامج في جهاز الحاسوب تدعى متصفحات الويب (International explorer) كما يمكن عرض المواقع بوساطة

---

(1) حسام عبد القادر، الصحافة الإلكترونية بين الأمس واليوم، مداخلة في الندوة التي نظمتها مجموعة هارتس ان وان وهوارشتر الإلكترونيتين في 17 تموز 2007، القاهرة، متاح على الإنترنت

http://husseineinrashed.jeeran.com أستقت بتاريخ 19 / 9/ 2012

(2) فارس حسن شكر المهداوي ،صحافة الانترنت ، دراسة تحليلية للصحف الالكترونيةالمرتبطة بالفضائيات الاخبارية ، "العربية. نت نموذجاً ، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال ، مقدمة الى مجلس كلية الاداب والتربية. الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، 2007 ، ص 21

(3) وائل ابو مغلي وآخرون، مقدمة الى الانترنت، (عمان، دار السيرة للنشر والتوزيع، 2000) ص 27.

الهواتف النقالة عبر تقنية الواب (Wap) ومواقع الويب موجودة فيما يسمى بمزودات الويب.[1] وموقع الويب هو مجموعة صفحات ويب مكرسة لموضوع معين أو مؤسسة معينة تستطيع كل صفحة أن تحتوي على نصوص ورسوم وإرتباطات أي صفحات أخرى في الموقع أو إلى مواقع ويب أخرى.[2]

أولاً: أنواع المواقع الإلكترونية (Types of websites)

إن المجال الواسع واللامحدود للإنترنت والتنوع في طرح المعلومات بكافة الميادين مكنَ المؤسسات بكافة تصنيفاتها حكومية وغير حكومية من منظمات ونقابات وجمعيات وحتى أشخاص من إنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها.

فضلاً عن المواقع الإعلامية المتخصصة في الأخبار والمعلومات التي تديرها مؤسسات يمثل الإعلام نشاطها الإقتصادي الرئيس، وتخضع لمعايير وضوابط العمل الإعلامي المتعارف عليها مهنياً سواء على مستوى الكتابة والإخراج أو على مستوى أخلاقيات المهنة.[3] ، ومن أهم هذه المواقع:[4]

1. مواقع رسمية(Official Sites): وهذه تكون تحت إشراف الدولة والمؤسسات الرسمية كالمواقع الحكومية إضافة لمواقع الجامعات والأحزاب والنقابات

---

(1) الموسوعة الحرة ويكيبيديا www.wikipedia.org استقت بتاريخ 20 شباط 2009

(2) كاثي ايفنز، اسرع اسهل الانترنت، ترجمة: مركز التعريب والترجمة،(بيروت: الدار العربية للعلوم) 2003 ص92 .

(3) ينظر: الصادق الحمامي، إتجاهات الصحافة الإلكترونية في العالم وفي تونس، منشور على مدونة صادق الحمامي www.sadokhammami.com ، أستقت بتاريخ 12 تموز 2013

(4) عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني الصحافي الشبكي، (ابو ظبي، دار الظفرة للطباعة والنشر، 2003) ص89.

والجمعيات الرسمية المدعومة من أحد أطراف الدولة وتكـون محتوياتهـا حسـب نشاطها وتمتاز أكثر بالتعريف بأهدافها ونشاطاتها وطموحاتها.

2. مواقع خاصة(Special sites): وتمتاز هذهِ المواقع بالحرية إذ يسـتطيع أي شـخص عرض أفكاره وميوله وتوجيهاته سـواء كانـت ذات قيمـة علميـة ومصـداقية أو كانت مجرد افتراءات أو مغالطات أو مواقع لا تمت للأخلاق ولا للقيم الإنسـانية بأي صلة بسبب عدم وجود هيئات تراقب محتوى المواقع.[1]

3. مواقع تجارية(Commercial sites): وهذهِ مصممة لتسهل على الزائر العثور على الحلقة التي يريدها بعدة طرق ويقدم له معلومات تفصيلية عنها مع الصور يسمح بشرائها مباشرة ودفع القيمة وغالباً ما تكـون عـن طريـق بطاقـات الائتمـان مـع وجود خيارات أخرى فيما يخص الدفع وطريقة الشخص التي يفضـلها المشـتري وبيان التكلفة الإجمالية في كل حالة.[2]

4. مواقع إرشادية(Demonstration sites): وهي مواقع ضخمة تعرف بأدلة البحث العلمي على الشبكة ومن نظيراتها محركات البحث مثـل الـدليل Yahoo ومحـرك البحث Google وعدد آخر من هذهِ المواقـع وتضـم داخلـها مسـاحات للدعايـة والإعلانات.[3]

5. مواقع تعليمية(Educational Sites): وهي التابعة للجهات والمؤسسات التعليمية من أجل التعريف بها ووصفها أو لغاية استغلالها في الخدمات العلمية والإدارية

---

[1] محمد بن صالح ، الانترنت ودوره في تقديم المعلومات، 2005م
http://www.informatus.Gov.sg/magasine/melodules506html

[2] شبكة الويب العالمية ، بوابة الانترنت، مصدر سابق، 2003م
www.itepae/www.itepae/ARABIC/Educatina/center

[3] مراد شلبانه وآخرون، مقدمة إلى الشبكات، (عمان: دار المسرة للنشر والتوزيع والطباعة) 2002، ص161.

للطالب والباحث من خلال الدراسة عن بعد سواء للاستفادة من أرصدة مكتباتها أو خلق التفاعلية على المواقع.[1]

6. مواقع إخبارية(News sites): وتحمل هذهِ المواقع في صفحاتها الإخبارية والتحليلات المتجددة يومياً وهي في استمرار دائم وغالباً ما تكون تابعة للقنوات التلفزيونية وخاصة الإخبارية أو وكالات للأنباء ويكون وراء هذهِ المواقع كُتاب متربصون بكل جديد فضلاً عن المواقع الإعلامية المتعددة.

وما يهمنا تسليط الضوء عليه في إطروحتنا هو المواقع الإلكترونية الإخبارية التي هي أحد أنواع الإعلام الإلكتروني وتتضمن:

أ. مواقع الصحف الإلكترونية(Websites electronic newspapers): وهي مواقع إلكترونية تابعة لصحف ورقية أو تكون مواقع لصحف على الشبكة فقط دون أن يكون لها نسخة ورقية.

ب. مواقع القنوات الإذاعية والتلفازية(Sites radio and Tlvasih):وهي التي توفر خدمات إخبارية مسموعة ومرئية على مدار الساعة فضلاً عن خدماتها الأخرى.[2]

ت. مواقع الويب الأخرى(Other websites): وهي التي تقدم خدمات إخبارية ضمن خدماتها الأخرى من معارف ومعلومات وإعلان ودعاية ، وبخاصة مواقع الشركات العملاقة مثل (نيتسكب وميكروسوفت وياهو).

---

[1] إياد حسن الرمضاني وآخرون، المدخل إلى الشبكة التبادلية والبريد الالكتروني، (الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر) ص30.

[2] حسني محمد نصر - سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات ـ الخبر الصحفي، (العين، دار الكتاب الجامعي، 2004)، ص317.

ولاقت المواقع أعلاه إقبالاً واسعاً من قبل الجمهور ويرجع هذا الاستخدام الواسع لمواقع الصحف والإذاعات والتلفاز على الإنترنت إلى كمية الأخبار العاجلة التي تنشر على المواقع قبل نشرها في الصحف والإذاعات والتلفزة.

والواقع أنه في مقابل المواقع التي تلتزم بنشر مضمون نسختها الورقية على موقعها فإن هناك مواقع صحف أخرى تلتزم بتقديم الأخبار العاجلة على مواقعها قبل نشرها في النسخة الورقية على سبيل المثال صحيفة شيكاغو تريبيون (The Chicago Tirbune) الإلكترونية لديها فريقها الصحفي الخاص وصحفيون يقدمون أخبارهم للنسخة الإلكترونية فقط ليتم بثها قبل ساعات من نشرها في النسخة الورقية.[1]

وفي الواقع أن موقع الصحيفة على الإنترنت ليس مجرد موقع للأخبار ولكنه يقدم للقارئ كل ما يريد من معلومات وأخبار وترفيه حتى ان بعض الصحف التي تصدر إسبوعياً تحولت بفضل الإنترنت إلى صحف يومية ومنها صحيفة (Tri – County Times) الأمريكية والتي تصدر إسبوعياً ، قامت هذه الصحيفة ببناء موقع لها يتم تحديثه بإستمرار ليتضمن آخر وأحدث الأخبار، ومن ثمَّ أصبح بإمكان القارئ الإطلاع على آخر الأخبار مباشرة بدلاً من الصحف اليومية أو الراديو أو التلفاز.[2]

إن التكنولوجيا الحديثة قد أدت بمنتجي الأخبار والمعلومات إلى تعامل مغاير مع الزمن إذ ان الأخبار تُحَدَّثُ وتُجَدَّدُ بإستمرار، فمواقع الإنترنت وبخاصة

---

(1) المصدر نفسه ، ص318 – 319.

(2) نصر الدين لعياضي، الشباب الإماراتي والإنترنت، دراسة ميدانية في الإنترنت والسلوك الثقافي، مجلة الرافد، العدد89، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 2005، ص15.

الإخبارية لاتتميز بمقدرتها على تجديد محتوياتها فقط، بل أصبحت تمتلك خاصية المزاوجة بين التجديد والحفاظ على القديم.(1)

فضلاً عن ذلك ان المواقع الإخبارية أفادت من أداة معلوماتية جديدة وهي الفيديو، إذ كان الحصول على صيغة الحدث الإخباري محكوماً بالتصفح بالطرق التقليدية القديمة، باستخدام جهاز التلفزيون وجهاز التحكم عن بُعد (الريموت كونترول) إلا أن المواقع الإخبارية أتاحت في البداية الفيديو السريع (quick time video) ومن ثم الفيديو المتدفق (streaming video) تُتيحُ للمستخدمين مشاهدة لقطات الفيديو في لحظات بمجرد ضغطة واحدة على الفأرة، وبجودة عالية كما أن العديد من المواقع الإخبارية بدأت تتحول إلى استخدام شاشات التلفزيون، مثل تلفزيون الويب ليصبح من الواقع أن تكون القصة الخبرية في معظمها مكونة من الصوت والصورة.(2) ولنجاح أي موقع إخباري يعتمد على:(3)

أ. إمتلاك هيئة تحرير وشبكة مراسلين كبيرة تنتشر على إمتداد الخريطة الجغرافية للعالم، لتواصل رفد جمهورها بالأخبار والمعلومات.

ب.أهداف وإستراتيجية واضحة لطبيعة الرسالة والجمهور المستهدف.

---

(1) نصر الدين لعياضي، الإتصال الحديث في مجال الإعلام، إستباعات تكنولوجية ، مداخلة في الندوة العلمية المعنونة: الأبعاد الفكرية والتقنية لإستخدام المعلومات في الإعلام الحديث، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، 18 مايس 2005، مجلة الرافد العدد 106، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، يونيو 2006،ص8.

(2) حسنين شفيق ، الإعلام الإلكتروني ، ط 2 (دمشق ، رحمة برس للطباعة) 2006 ص 51

(3) J. D. Lasica, Video comes to tue web Amrican Jounrnalism review, January February 1998. available on: http://www.well.com/user/jd/coljan98.html. accessed at 11.2.2008

ت. اللغة ، عنصر مهم فبدونها لا يمكن التواصل مع المتلقي كونها تحدد طبيعة الجمهور وحجم انتشاره.

ث. إستخدام الوسائط المتعددة بات ضرورياً للتفاعل مع الموقع بالصورة أو الفيديو لجذب المتلقي نحوه.

إن المنافسة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية قد تحسم الأمور لصالح المواقع الأكثر تطوراً من الناحية التقنية ، وإستخدامها للوسائط المتعددة ، والأكبر حجماً على مستوى المضمون، ... وأما الجمهور فقد يتخلى عن وسائل الإعلام المألوفة له لصالح وسائل أخرى لها القدرة على رفده بالمعلومات والأخبار التي يرغب فيها أكثر من تلك الوسائل المحلية، كما هو الشأن في أغلب دول العالم.[1]

ثانياً : مكونات الموقع الإلكتروني(Components website):-

تختلف المواقع الإلكترونية في طبيعة رسالتها وجمهورها وأسلوبها في عرض المعلومات ، وهذا ما يجعل الإختلاف واضحاً بين المواقع من حيث التصميم واستخدامات المكونات ، فهناك مواقع تستخدم جميع عناصر الوسائط المتعددة من نصوص وصور ورسومات وأصوات وفيديو ومؤثرات بصرية وصوتية، فيما تعتمد مواقع على النص فقط ، وبين النوعين توجد مواقع تعتمد على الرسم وأخرى على النص والرسم وثالثة على الصورة ورابعة مكرسة للبث الإذاعي وهكذا.[2]

---

(1) نبيل علي، العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة ، العدد 184 (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب) 1994، ص345.

(2) عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنيت قواعد النشر الالكتروني الصحافي الشبكي، مصدر سابق ، ص120.

ويقسم(غريك برانهام) صفحات الويب إلى قسمين أساسيين هما صفحة البدء وصفحة المحتوى[1] اللتان يكونان من المكونات الأساسية للمواقع الإلكترونية:[2]

أ. الصفحة الرئيسة، صفحة البدء (Home page): هي مزيج من صفحة عنوان (title page) وقائمة محتويات وفهرس ومقدمة، وهي الصفحة الأولى أو الأعلى في الموقع وعادة ما تحتوي على مواد إستهلالية وقائمة بالوصلات التشعبية إلى جميع محتويات الموقع أو إلى الأقسام الأخرى في المواقع الكبيرة.

ب. صفحة المحتوى (content page): وهي الصفحة التي تضم المضمون أو المحتوى المشار لها في الصفحة الرئيسة مثلاً (رياضة ، اقتصاد ، علوم وتكنولوجيا ، وهكذا) ولكل صفحة محتوى تحملُ وصلة عودة إلى صفحة البدء أو إلى الصفحة السابقة لها.

ثالثاً: أقسام صفحات الموقع الإلكتروني(Sections of web pages):

تتكون صفحات الموقع من أجزاء ظاهرة عند عرضها بالمُستَعِرض وأخرى غير ظاهرة والعناصر الأساسية المكونة للأجزاء الظاهرة هي الرأس (heade) والجسم (body) والقدم (footer).[3]

---

[1] حسني محمد نصر، الانترنت والإعلام ، الصحافة الالكترونية ، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، 2003) ، ص129.

[2] محمد شومان، الصحافة الإلكترونية العربية، دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف، المجلة المصرية لبحوث الإعلام،العدد 20، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، تشرين الثاني- كانون الأول 2003، ص23.

[3] محمد شومان، الصحافة الإلكترونية العربية، مصدر سابق، ص23.

أ. الرأس(Head): يتضمن عنوان النص أو (الترويسة) المكتوبة أو المرسومة ويمكن أن يحتوي على وصلات تشعبية مباشرة إلى الصفحات الأخرى في الموقع أو مجموعة من إشارات الأمام (next) أو الخلف (previous).

ب. الجسم(Body): يتضمن المحتوى الذي يشمل النص والصورة وغيره والوصلات المتشعبة التي تقود إلى صفحات أخرى أو إلى أي جزء آخر من الصفحة.

ت. القدم(Foot): يتضمن تأريخ إنشاء الموقع وتجديده والعنوان الإلكتروني وإسم الجهة الناشرة أو التي تدير الموقع وأيضاً يحمل أحياناً عناوين أجزاء الموقع بالنص أو الرسوم .

ويتضمن الموقع الإلكتروني إضافة إلى ذلك مكونات أخرى هي:

أ. خارطة الموقع: (site map) وهي لتوجيه الزائر وإعطائه فكرة مهمة لبنية الموقع ومحتواه وتوفر له الوصول إلى المحتويات بالنقر عليها سواء أكانت في شكل نصوص او رسومات توضيحية وهي وسيلة إدارة الموقع وتضم قوائم المحتوى.[1]

ب. أدوات الملاحة: (navigation tools) وهناك عدة أنواع للملاحة في الموقع يجب أن تدعمها أداة الملاحة هي: الهبوط إلى أسفل الصفحة ، إذ توجد العناصر المكونة لها حسب القائمة ، والصعود إلى أعلى إذ يوجد إسم الصفحة ، والملاحة عبر الصفحة إلى أجزائها المختلفة، و الملاحة بين أدوات الصفحة المختلفة مثل مجال البحث وأدوات تحريك الصفحة وتوفر المُستَعرِضات مكان لتحريك

---

(1) Patrick Lynch and Saraha hortan. Yale web style Guide Yale university available on http://www.infomed.yale edu/caim/mahual/1997, accessed at 4-3-2013

الصفحة (scrolling bar) تضم زراً لمشاهدة النافذة بجانب أدوات تحريك الصفحة (scrolling tools) مما يساعد على الوصول إلى المعلومات المطلوبة.

ت.الوصلات: (links) تنبع قوة الشبكة من وجود الوصلات بين الصفحات والمواقع وتتصل فيما بينها في شكل نسيج متشابك ويتم التعبير عنها في الموقع بتغيير الألوان أو بالنص أو بالرسم الإيضاحي للإشارة إلى الضغط والنقر دون كتابة ذلك مباشرة.

ث.أدوات البحث: (searching tool) يحتاج المستخدم إلى وسيلة للبحث عن المعلومات ولذلك يجب ان تتضمن صفحة البدء وسيلة للبحث عن المعلومات في الموقع، ويتم الإشارة إليها بوضوح بالرسم أو بالكتابة أو الإشارة إلى الصفحة التي توجد فيها خانة البحث عن المعلومات.

ج.الأدوات التفاعلية: (interactivity tools) وهذه تكون عن طريق البريد الإلكتروني أو منابر الحوار أو ساحات النقاش ويمكن ان تتوفر الأدوات وحيز البحث في الصفحة الأولى أو أية صفحة أخرى.[1]

ح.الرسومات الإيضاحية والصور(Illustrations and images): تستخدم الصور والإيضاحات في حالات مختلفة أما كبديل للنص (replacing text) أو لتعزيز النص (reinforcement of text) أو لإضاءة النص (highlighting text) وهنالك بعض الإعتبارات يجب الإهتمام بها للتعامل مع الصور والجرافيك

(1) Craig Brahham. The anatomy of web page. Saint Louis university. Usa available on:http://www.english.ttu.edu/craig/2.2/news/youcanuse/craig/page.html.

أهمها سرعة نقل المعلومات وزمن التحميل فهما يحتاجان إلى زمن طويل حتى يظهرا في شاشة المستخدم.(2)

خ.الإيضاحات المتحركة:(animation) تُعَدُّ الإيضاحات المتحركة إذا ما أُستخدمتْ في مكانها واحدة من الوسائل التي تبعث الحياة في صفحات الموقع الإلكتروني وتصل إلى أعلى المستويات في مواقع الألعاب وفي الإعلانات وفي شعارات في شكل حركة متكررة أو مساحات لونية تصغر وتكبر أو تضيء وتنطفئ أو في المواد التوثيقية المختصرة.(1)

فضلاً عن الأشكال المتحركة يجب أن تكون ذات معنى وأن تخدم غرضها حتى لا تسبب التشتت الذهني ويجب أن تضيف شيئاً إلى محتوى الصفحة وإلا فإنها ستشغل تركيز القارئ ولا يفضل استخدام الأشكال المتحركة في صفحة البدء لأنها تحتاج إلى وقت لتحميلها مما قد يفقد الموقع زواره ، وإذا كانت هنالك حاجة لها لشرح المحتوى في حالة مادة فنية مثلاً فانه يتم وضعها في صفحة أخرى.

د.الوسائط المتعددة(Multimedia): لقد أصبحت الوسائط المتعددة مهمة لمعظم المواقع في الإنترنت بينما تتم الإشارة إلى المواد الصوتية برسومات توضيحية تعبر عن مذياع أو جهة لبث موسيقي أو الغناء أو أي أصوات أخرى فإن الفيديو تلزمه مساحة لعرضه وإذا كان لابد من استخدام الفيديو فيجب التعامل مع لقطات تستجيب للضغط المطلوب لإرسالها عبر الشبكة ولذلك يجب الإبتعاد عن

---

[1] Craig Brahham., The anatomy of, web page, op cit, URL.

(2) مايكل رايت وموكول باتل، التطورات العلمية في القرن 21 ، الإتصالات والإعلام، ترجمة مركز التعريب للترجمة، (بيروت، الدار العربية للعلوم، 2002) ، ص19.

اللقطات العريضة والاستعاضة عنها دائماً باللقطات المتوسطة لإظهار التفاصيل التي تتناسب مع حجم الشاشة المتاح في الشبكة.

ذ. الألوان (Colors): ليس هنالك معايير محددة لاستخدام الألوان في صفحات الموقع عدا أن تتناسب الألوان مع الحروف المظهرة على الشاشة والحروف السوداء على القاعدة البيضاء هي أعلى درجات التباين اللوني وإختيار علاقات التباين بين الألوان هو أحد مبادئ التصميم الأساسي التي يعرفها المصمم المحترف.(1)

ر. الإطارات (frames): خيار من خيارات تصميم صفحات الويب الذي يوفر تصميم الصفحة إلى عدة خلايا كل واحدة تلعب وظيفة مختلفة أو متداخلة مع محتويات الإطارات الأخرى، وهي تسمح بعرض عدد من وثائق في صفحة واحدة وتشمل الآتي:(2)

1. الإطارات لتحقيق المرونة(frames to achieve flexibility): إن أكثر المواقع التي تناسبها الإطارات هي تلك التي تتغير محتوياتها بصورة مستمرة وهنا يمكن تصميم إطار أدوات الملاحة، وإذا ما أريد حذف صفحة أو صفحات يمكن فقط تبديل الملف وهذا النوع من المواقع على سبيل المثال يحتاج إلى عدد من الملفات التي ستتغير إذا ما أضيفت صفحة الويب أو حذفت لأن لكل صفحة خانة تجول وإذا ما إستخدمنا إطارات يجب أن يكون هنالك ملف وأحد لقسم القوائم

---

(1) Repecca J. Chamber in, "Perce Options of Graphics no overuse graphics on web sites" AEJMC conference papers, (Oct. 1998) online available on http://listmsnedu/ogi-bin/wa, accessed at 12 ,5, 2013

(2) غادة النعيمي، أمين شوكت ، تكنولوجيا الإنترنت (الناشر: دار البداية) ، 2010، ص 89

وعندما تحتاج إلى إضافة صفحة فإن ذلك الملف سيتغير لعكس الإضافة التي تمت.

2. الإطارات الوظيفية(frames functional):- توفر الإطارات وظيفة محددة بمنطقة مستهدفة من الموقع فإذا كان الموقع على سبيل المثال يحتوي بجانب أشياء أخرى على مجموعة شعرية فانه يمكن خلق غرفة إطلاع للشعر باستخدام الإطارات.

3. الإطارات كأداة للتفاعلية(frames as a tool for interactive):- تمكن الإطارات الزوار من إختيار المحتوى وهذا يتضح في المواقع ذات الملفات الكبيرة فصفحة تحتوي على ملفات الأفلام ونصوص في الوقت نفسه يمكن تقسيمها بالإطارات للتفريق بين هذه المحتويات إطار النص، إطار الأفلام، وهذا يسهل تحميل الأفلام بمعزل عن النص أو أي عناصر أخرى في الصفحة.

رابعاً: تصميم المواقع الإلكترونية(Web design):

من أهم قواعد تصميم المواقع الإلكترونية ، البساطة والوضوح والتغيير المستمر ، لأن تصميم وإخراج الصحيفة المطبوعة يعيش سنوات بينما لا تعيش شخصية صفحات الويب أكثر من سنة أو سنة ونصف، هناك أيضاً أهمية لاستخدام وتوظيف الوسائط المتعددة والجرافيك لكن من دون إفراط، فمن المهم تحقيق الجمال والوضوح والجاذبية كذلك لا يجب التوسع في استخدام الألوان بدون داع.[1]

1 www.tomnson.edu/lieb/edithing/desgingTomLieb,availableon,accessed ,16-5-2012

إن المعادلة الدقيقة التي يجب الحفاظ عليها عند تصميم وإخراج المواقع الإلكترونية تتمثل في كيفية تحقيق توازن بين استخدام مميزات الصحف الإلكترونية، مع تحقيق البساطة والوضوح والجاذبية، بحيث يتجنب المصمم التوسع في استخدام الصور والوسائط المتعددة التي قد تؤدي إلى بطء في عملية التحميل والتصفح. فالأجهزة التي يستخدمها القراء تختلف في إمكانيتها وسرعتها وبراجمها من هنا لابد من مراعاة البساطة ووضع الصور والوسائط المتعددة في إطار إختيارات متاحة للمتصفح قد يستخدمها أو لا يستخدمها بحسب إحتياجاته ورغبته، لان القراءة او المشاهدة قد تطلب منه الإنتظار لبعض الوقت حتى تتم عملية التحميل.[1]

وللمساهمة في سرعة تحميل الموقع أو تنزيل الصفحات على الشاشة لابد من خيار نصي يغني عنها لذلك يقوم العديد من زائري المواقع الالكترونية إغلاق نوافذ الرسوم من أجل تسريع عملية تنزيل الصفحات على الشاشة واستخدام وسائل القراءة الصوتية الخاصة لمساعدة ذوي المشاكل البصرية وأيضاً بصفتها قراءة خيارات النص للكل، [2] وهذهِ تستخدم في مواقع المكتبات القائمة على أساس النص فضلاً عن إيجاد تكنولوجيا متنقلة جديدة تعتمد على النص بشكل أكبر وخاصة في أمور المفكرة الشخصية الرقمية ، الهواتف الخلوية وغيرها ، ولكن نشوء الويب ، غير الوضع وأطلق العمل بالانترنت ولم يعد حِكراً على أحد.[3] ويعتمد تقييم الموقع على الإنترنت ثلاثة أسس هي، أولاً: فكرة الصفحة وثانياً: تصميم الموقع وثالثاً: النشر، وتشمل الفكرة والموضوع على الموقع والأمور والأشياء التي سيتم تناولها وذكرها في

---

(1) محمد شومان، الصحافة الإلكترونية العربية، مصدر سابق، ص23.

(2) عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني الصحافي الشبكي ، مصدر سابق، ص110.

(3) عبد الأمير الفيصل،الصحافة الإكترونية في الوطن العربي ، مصدر سابق: ص225.

الموقع وتحديد أهداف الموقع ونوع الزوار الذين ترغب بهم لزيارة الموقع فضلاً عن تصميم الموقع باستخدام طرق التصميم المختلفة في جهاز الحاسوب المستخدم لصاحب الموقع.

وهنالك طريقتان لتصميم المواقع على الانترنت الأولى تتطلب معرفة المستخدم للغة (HTML) والطريقة الثانية عن طرق برامج التصميم وهي الأسهل فضلاً عن أن هنالك العديد من برامج التصميم التي لا تحتاج إلى معرفة مسبقة بلغات برمجة المواقع ومنها للمبتدئ هنالك برنامج (front page) والذي يمكن تصميم صفحات عربية عليه لأن أي مستخدم للويندوز يملك نسخة غير مطورة من برنامج (فرونت بيج) ويمكن استخدامها فهي شبيهة بالنسخة غير المجانية نوعاً ما واسمها (front page express) وعلى الرغم من أن برامج التصميم جعلت (HTML) ليس بالأمر الضروري ولكن المراحل المتقدمة ستتطلب على الأقل انجاز بعض المهام باستخدام لغة (HTML) والعمل على دعم هذا الترقيم المترابط للنص العربي والكتابة من اليمين إلى اليسار عن طريق تطبيقات الانترنت مع النص العربي.[1] وتعتمد عملية نقل الملفات من وإلى الموقع عن طريق استخدام برنامج خاص يسمى (FTP) لنقل الملفات من الجهاز الشخصي الى الموقع وإن عملية الحفظ العام للمواقع تكون عن طريق استخدام أحد نظم الحفظ العام للمواقع الالكترونية.[2]

---

[1] د. محمد فلحي، صناعة الفعل في عصر الشاشة- دور وسائل الاتصال الالكتروني بالمجتمع المعاصر، التلفزيون- الانترنيت- الحاسبات الالكترونية (عمان، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة والتوزيع) 2002 ، ص131.

[2] عباس مصطفى صادق، صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني الصحافي الشبكي، مصدر سابق، ص108.

وخلاصة المبحث تتمحور في أن المواقع الإلكترونية على إختلاف أنواعها سواء كانت رسمية أو خاصة بتخصصاتها إخبارية أو تجارية أومعلوماتية أو أرشادية أو ترفيهية ، لابد أن تتميز بسهولة التصميم وجماليته لجذب المتلقي وأن تعتمد على الوسائط المتعددة من صور وفيديو ورسوم وصوت ترافق النص لتكون الأخبار والمعلومات أكثر تفاعلية ، فضلاً عن توفر أدوات الملاحة والبحث والوصلات والتفاعلية كي تجعل من الموقع الإلكتروني متكاملاً يمكن للمتلقي أن يبحر ويبحث من خلاله مايريد ، ومن الأساسيات المهمة للموقع هي أن يكون لديه تقنيون على مهارة عالية في متابعة اية تطورات جديدة في البرامج والوسائط المتعددة والتصميم فضلاً عن توفر صحفيين إلكترونيين لهم مقدرة للكتابة والتحرير في المواقع الإلكترونية.

المبحث الثاني

الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني (Multi Media)

أولاً : مفهوم الوسائط المتعددة(The concept of multimedia)

إذا كانت الثورة التكنولوجية قد قدمت لمستهلكي المعرفة خيارات جديدة للحصول على ما يريدون من المعلومات والأشكال والصور فإن ذلك قد اقتضى بالضرورة أن يشترط في منتجي تلك المعرفة سلوكيات لم تكن ضرورية في السابق، أي وفق الوسائل التقليدية. فلقد أضحى المفهوم الجديد للصحافي الإلكتروني يتطلب مهارات عديدة أخرى منها الإلمام بتصور جديد لكتابة (الموضوعات الصحفية) والقدرة على التصوير بكاميرا الفيديو، والتصوير الرقمي، مع أهمية إضافة تلك العناصر لإثراء النص وإعطائه تميزه.[1]

والوسائط المتعددة بالإنجليزية(Multimedia) المكونة من كلمتين حسب الترجمة العربية (Multi) وتعني متعدد، و(Media) وتعني وسيط أو وسيلة إعلامية ، وهو مصطلح واسع الانتشار في عالم الحاسوب يرمز إلى استعمال عدة أجهزة إعلام مختلفة لحمل المعلومات مثل (النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو، والتطبيقات التفاعلية).

[1] د. فهد العرابي الحارثي (باحث سعودي)، الإعلامي الجديد ومستقبل إعلامه، مركز اسبار للدراسات والبحوث والإعلام ،أستقت بتاريخ 10 /7/ 2011 www.asbar.com/ar/contents.aspx8

إن الوسائط المتعددة لايمكن لها أن تعمل إلا مع جهاز الحاسوب الذي تتوفر فيه تقنية : CD-ROM، CD-RAM، CDI، DVD وغيرها، وقد اتسع انتشار الوسائط المتعددة في التسعينات مع تطوير أجهزة الحاسب الآلي القوية الذاكرة والقليلة التكلفة والتي تتمتع بمواصفات عالية كبرمجيات الصوت والصورة مما شجع العديد المؤسسات التعليمية والأفراد على حد سواء لتمضي قدما في إنتاج برامج متنوعة وثرية للوسائط المتعددة مما يلبي حاجة المستهلك أيا كان نوعه، من مثل شركة آدوبي (Macromedia adobe) وأبرز منتجاتها (Adobe photoshop) إضافة إلى برامجها في تطوير شبكات الإنترنت. هذا التنوع والإثراء ساعد على استقطاب المجال التعليمي للوسائط المتعددة في أنظمة التعليم وطرقه.

واليوم تمكنت الوسائط المتعددة من أن تدخل مجالات كثيرة منها:[1]

1. المواقع الإلكترونية الإخبارية(News websites)
2. الإختبارات(Tests)
3. البرامج الترفيهية التعليمية(Educational entertainment programs)
4. الموسوعات والمعاجم(Encyclopedias and dictionaries)
5. نُظم التعليم العالمية(Global education systems)
6. نُظم التعليم المتخصصة(pecialized education systems)
7. جامعات وكليات الإنترنت(Universities and colleges Internet)

[1] ملتي ميديا ،ويكيبيديا، الموسوعة الحرة Noia 64 apps multimedia.png

ومن أمثلة التطبيقات الحية للوسائط المتعددة التعليمية :-

أ. البريد الإلكتروني (E-mail)

ب. عقد المؤتمرات بواسطة الكمبيوتر (Computer Conferencing)

ت. المؤتمرات الصوتية (Audio Conferencing)

ث. المؤتمرات عبر الفيديو(Video Confemcing)

لذا تُعد الوسائط المتعددة من التقنيات الأساسية عند التعامل مع بيانات ومعلومات الانترنت ؛ وذلك لما تتيحه الوسائط المتعددة من سهوله في الوصول إلى المعلومات من خلال تقنية الصوت والصورة والنص والرسوم . لذا صنفت من برمجيات الحاسوب (Multi Media) الذي يوفر معلومات بأشكال فيزيائية مختلفة مثل النص والصورة والفيديو والحركة.[1]

فالنصوص الفائقة والوسائط المتعددة التي تزخر بها (المواقع الإلكترونية) الفائقة الذي يفضلها القارئ بمقدار 75 ٪ هي التي تؤكد مفهوم ثراء الوسيلة الإعلامية (Media richness) على شبكة الإنترنت.[2]

ثانياً : تعريف الوسائط المتعددة (Definition Multi-Media) :-

شملت الوسائط المتعددة عدة تعريفات منها : هي مصطلح لوصف اتحاد البرامج والأجهزة التي تمكن المستخدم من الاستفادة من النص والصور والصوت والعروض والصور المتحركة ومقاطع الفيديو.[3]

---

[1] محمد حسين بصيوص وآخرون . الوسائط المتعددة تصميم وتطبيقات (عمان : دار اليازوري العلمية للنشر ، 2004) ص15 .

[2] ينظر: ـ د. فهد العرابي الحارثي (باحث سعودي)، الإعلامي الجديد ومستقبل إعلامه، مركز اسبار للدراسات والبحوث والإعلام ،أستقت بتاريخ 10/ 7/ 2011

وتعرفها المنظمة العربية على أنها (التكامل بين أكثر من وسيلة واحدة تكمل بعضها لبعض عند العرض أو التدريس ...ومن أمثلة ذلك (المطبوعات – الفيديو ، الشرائح ، التسجيلات الصوتية ، الكمبيوتر ، الشفافيات ، الأفلام بأنواعها).

كما يعرفها جايسكى بأنها (وسائل الاتصال المتفاعلة التي تختلق وتبدع وتخزن لنقل الإرسال ، استرجاع النص ، الرسوم البيانية التوضيحية من خلال وسائل سمعية أو وسائل بصرية مثل الإذاعة والتليفزيون والإنترنت).

ويرى جون كومباك (John Kombak) أنها مزيج من النص المكتوب مع الصوت والصورة الثابتة أو المتحركة في التعليم والأعلام).

وتعني لدى المهتمين والمتخصصين أنها (خليط من الصوت ، والفيديو ، والرسم ، والنص من خلال تفاعل هذه المكونات فمثلا نظام التلفزة يفقد عنصر التفاعل هذا وبالتالي لا يدخل ضمن الوسائط المتعددة ولكن إذا تفاعل المشاهد مع ما يقدم في التليفزيون وتحديد احتياجاته وذلك من خلال أساليب اتصال معينة فيصبح ما يقدم للمشاهد وسائط متعددة).

ثالثاً : خصائص الوسائط المتعددة (Multimedia features) :-

للوسائط المتعددة عدة خصائص هي: [2]

---

[1] ينظر: ـ حسن حسين زيتون ، التدريس رؤية منظوميه ، ط2 (عالم الكتب ، 1421هـ - 2001م ، ص456-457.

http:/www./kenanaonline.com/users/Technology2011/topics/79446

[2] ينظر : حسن حسين زيتون ، تصميم التدريس رؤية منظوميه ، مصدر سابق ، ص457 - 456

http:/www./kenanaonline.com/users/Technology2011/topics/79446

1. التفاعلية (Interactivity) :-

وتعني إمكانية الزائر للموقع وفي أي مجال إخباري أو ترفيهي أو تعليمي أو إختباري في أن يتفاعل ويتواصل بشكل مباشر ، وبإمكانه تحديد واختيار طريقة إنسياب وعرض المعلومات حسبما يرغب.

2. الفردية (Individuality) :-

تسمح تكنولوجيا الوسائط المتعددة بالفردية إذ يمكن لها أن تتناسب مع رغبات وتعلم فرد دون آخر كما في المواقف التعليمية لتتلاءم مع خصائص المتعلمين وبذلك تسمح بتباين الوقت المستخدم في عملية التعلم من تلميذ لآخر.

3. التنوع (Diversity) :-

والتنوع يكون نتيجة إمكانياتها في استخدام وتنويع العناصر المكونة لهذا البرنامج من نص وصوت وصور وفيديو ورسوم.

4. التكامل (Integration) :-

تتكامل الوسائط المتعددة في إطار واحد لتحقيق الهدف المنشود وبهذا كل ما كانت الوسائط المتعددة تجتمع في كافة إستخداماتها الصوتية والصورية والرسوم والنصوص والفيديو فإنها تعطي تكاملاً وظيفياً للزائر والمستخدم لها.

5.الكونية (Globality) :-

بفضل تكنولوجيا الوسائط المتعددة أصبح من السهل الإلمام والتعرف على كل ما يحيط بنا ، لاسيما أن بعض المستحدثات تتيح فرص الانفتاح على مصادر المعلومات في جميع أنحاء العالم وهذا ما يجعلها أن تكون كونية.

6. المرونة (Flicablity) :-

يمكن إجراء أي تعديلات على عروض الوسائط المتعددة سواء خلال عملية التصميم أو بعد الإنتهاء منها وهذه من المميزات المهمة في الوسائط المتعددة كونها لاتبقى على الشكل والمضمون التي صممت فيه لأول مرة وإنما يمكن إضافة وحذف وتعديل إي إجراء تراه مناسباً.

7. التزامن (Synchronization):-

ويعني العرض المتداخل والمتكامل وفق دور كل عنصر ، وفي الوقت المناسب مما يعني تزامن الحركة في الصورة المتحركة والرسوم.

رابعاً : تصنيف الوسائط المتعددة(Rating Multimedia)

تصنف الوسائط المتعددة الى عدة تصنيفات حسب إستخداماتها الحسية أو المستفيدين ومستوى التكنولوجيا حسب التالي:[1]

1. **الوسائط المتعددة تصنف حسب التكيف عبر الحواس إلى :**

أ. وسائط سمعية(audio media)

ب. وسائط بصرية(Optical media)

ت. وسائط سمعية بصرية(audio-visual media)

2. حسب المستفيدين(By beneficiaries) الى :

أ. فردية(Individual)

---

[1] ينظر : ـ موقع المعلم وتقنيات التعليم ، / kenanaonline.com/users/Technology2011/topic، أستقت من الإنترنت بتاريخ 5 تموز 2013

ـــــ حسن حسين زيتون ، تصميم التدريس رؤية منظوميه ، مصدر سابق ، ص456-457

ب. جماعية(Collective)

ت. جماهيرية(Mass)

3. حسب مستوى التكنولوجيا(Depending on the level of technology)

إلى :-

أ. وسائط معقدة(Media complex)

ب. وسائط متوسطة(Media Medium)

ت. وسائط مبسطة(Media simplified)

وتصنف أيضا حسب دورها في عملية التعليم(According to its role in the education process) إلى :-

(أ) وسائط رئيسية(Head of Media)

(ب) وسائط متممة(complementary media)

(ج) وسائط إضافية(Additional media)

خامساً : أدوات الوسائط المتعددة(Multimedia tools):-

لابد من توفر عدة أدوات أساسية لتشغيل الوسائط المتعـددة والإسـتفادة منهـا إلكترونياً. والأدوات الأساسية هي:- [1]

أ. حاسوب شخصي(Personal computer) لأن الوسائط المتعددة هي جزء مـن منظومة الإنترنت الذي لا يمكن إستخدامه بدون حاسوب.

---

[1] Fred T. hofstetter : Multimedia Literacy , (U.S.A : Me Graw – Hill , 2001 , p.33

ب. روابط(Links) التي من خلالها يمكن الولوج لمواقع أو أبواب أخرى للوصول للمعلومات وهي النصوص والرسوم والصور والصوت ولقطات الفيديو.

ت. برامج(Programs) تمكن المستخدم من جمع ومعالجة وتوصيل معلوماته وأفكاره (من خلال الانترنت وتخزينها ثم إعادة كتابتها وإضافة ملفات إضافية إليها حسب حاجة الموضوع ثم نشرها من جديد عن طريق البريد الإلكتروني أو التعليقات أو الإتصال بالموقع).[2]

سادساً : إمكانيات تكنولوجيا الوسائط المتعددة :

(The possibilities of multimedia technology)

الإمكانيات التكنولوجية للوسائط المتعددة كثيرة من خلال إستخدام عناصرها الأساسية من نص وصوت وصورة ورسوم وفيديو عند إنتاجها إعلامياً لتكون مؤثرة في المتلقي ، ومن هذه الإمكانيات ما يلي :-[2]

1. التحوير (Morphing)

هو تقنية من تقنيات الإبهار التي تستخدم في عروض الفيديو ، من خلال توليد بعض الخصائص الجديدة بين مشهدين ، عند تحويل مشهد أو لقطة من فيديو

---

(1) د. بشرى الحمداني ، مقالة عن الوسائط المتعددة ، موقع الجامعة العراقية ، أستقت من الإنترنت بتاريخ 25-11-2011

(2) منتديات ستوب ، مفهوم تكنولوجيا الوسائط المتعددة وعناصرها ، أستقت من الإنترنت بتاريخ 5 تموز 2013 http://www.forum.stop55.com/293348.html

لآخر جديد من خلال إذابة ومزج لقطة داخل لقطة أخرى لينتج بذلك لقطة جديدة مختلفة، عن طريق انتقال النقاط (العناصر الصغيرة) بين كل من المشهدين من المواقع في الصور الأصلية إلى الصورة الجديدة بسرعة عالية وتتابع سلس في الانتقال، كما تُدس في الرسومات المتحركة أيضاً.

2 . المحاكاة (Simulation):-

هي استخدام الصوت والصور لتمثيل أماكن أو مواقع أو أحداث قريبة جداً من الواقع ويفيد في استخدام المحاكاة في التطبيقات المستخدمة في التعليم والتدريب، حتى يتمكن المعلم من التدريب ومشاهدة بعض الخبرات الواقعية في بيئة تشبه الواقع.

3. الواقع الوهمي (Virtual Reality):-

الوسائط المتعددة تصنع واقعاً افتراضياً (وهمياً) يشعر من خلاله المستخدم بأنه في بيئة حقيقية تماماً باستخدام تكنولوجيا لأدوات إدخال وأدوات إخراج وتجهيزات خاصة تمكن المستخدم من التفاعل على مستوى عالي وإبحار المستخدم في هذه البيئة للحقيقة الوهمية.

4. النمذجة (Modeling):-

وفيها تستخدم الرسوم المتحركة لتقديم العروض من خلال تقديم المشاهد والعناصر للعرض بالبعد الثالث (3D) من خلال سلسة الإطارات وأنماطها المختلفة التي تحدث طيف أو ظل لبناء العروض التي تعتمد على النمذجة للمهارات والخبرات الحقيقية من خلال جهاز الكمبيوتر متعدد الوسائط.

5. التحول (Warping):-

هو تنويع للتحوير حيث يتم إحداث بعض التغيرات في صورة واحدة مع مرور الوقت ويتم التحويل من خلال التأثير على بعض النقاط الأساسية في الصورة

نفسها، أو الضغط لبعض هذه العناصر لينتج عنها شكل جديد ومختلف تماماً لنفس الصورة وتستخدم في عرض التغيرات التي قد تحدث على شيء ما ى فترة زمنية طويلة للمستخدم في ثوان قليلة من خلال الكمبيوتر ويمكن إعادة الصور لوضعها الطبيعي بنزع التأثيرات أو فك الضغط من عناصر الصورة الأصلية.

سابعاً : برامج الوسائط المتعددة(Multimedia programs):-

برامج الوسائط المتعددة تتضمن :

أ.برامج التشغيل(drivers): من برامج تشغيل هذه الوسائط : برنامج مشغل الوسائط Media Player وبرنامج مصمم الحركة (Movie Maker) وبرنامج (كويك تايم) [1] وهذه البرامج جميعها تقوم بتشغيل تطبيقات الوسائط المتعددة .

ب.برامج التأليف(Authoring programs): وهي البرامج التي يتم تأليفها من قبل شخص أو فريق عمل لمشروع الوسائط المتعددة وهي تجعل منها أكثر قوة وفعالية ومنها برنامج (ستوديو ماكس3D studio Max) وبرنامج دايركتور (Director) وبرنامج (اثروير Author Ware) وهذه البرامج منها ما تم تصميمه للدعاية والإعلان والرسوم المتحركة وأفلام الفيديو والخدع السينمائية وألعاب الكومبيوتر وأفلام الخيال العلمي ومنها ما خصص للمدرسين لكي يصنعوا دروسهم عليه.[2]

---

(1) صفوت العالم . عملية الاتصال الاعلاني (القاهرة : دار النهضة المصرية ، ط5، 2002)، ص152 .

(1) زينب محمد ونبيل جاد ، نظم تاليف الوسائط المتعددة (بيروت : دار المدى للنشر والتوزيع)2001،ص144

ت. برامج العروض(Offers programs): وهذه تتيح عرض الأفكار بطريقة منطقية ومتسلسلة وتعطي فرصة للإبداع الفني عن طريق استخدام مكتبات الصور والرسوم والمؤثرات الصوتية ولقطات الفيديو والتحكم في تجسيم خطوط الكتابة وتلوينها وتغير اتجاه الإضاءة عليها ومن هذه البرامج : برنامج بوربوينت (Power Point) وبرنامج هارفارد جرافيكس (Harvard Graphics) .

وبناءً على ذلك فلكي يكون الصحافي إلكترونياً (Online Editor) ومتوافقاً مع التطورات الجديدة لابد أن يكتسب مفهوم ومهارات التحرير غير الكتابي، أي أن يراعي التغيرات التي دخلت على صياغة القصص الخبرية، مثل اختيار الوصلات الفائقة المناسبة لخدمة النص، والقدرة على التعامل مع الوسائط الأخرى كالفيديو والتصوير الرقمي والصوت؛ فالمخرج الصحافي تحول إلى ما يشبه المخرج السينمائي، لأن النص الصحافي نفسه اليوم بات أقرب إلى النص السينمائي تتداخل فيه مواد عديدة صوتيه وبصرية. [3]

ولابد من أن يُلاحظ أن الأدوات والبرامج المستخدمة لتشغيل الوسائط المتعددة تتطور هي الأخرى بمزايا جديدة من حيث التقنية والمهارة والسرعة لتمكين المستخدم الوصول لما يحتاجه بسهولة.

---

[1] د. فهد العرابي الحارثي (باحث سعودي)، الإعلامي الجديدُ ومستقبل إعلامه، مركز اسبار للدراسات والبحوث والإعلام ،أستقت بتاريخ 10 تموز 2011

ثامناً: عناصر الوسائط المتعددة(Multimedia elements)

تتشكل الوسائط المتعددة من اندماج عدة عناصر معا وهي: [2]

1. النص(Text)

والنصوص على أنواع هي:-

أ. النص المكتوب(Written text) كما موجود في الكتب ويظهر على الورق ، ولكي يتمكن حاسب الوسائط المتعددة من قراءة النص المطبوع فانه يحتاج إلى تحويله إلى ما يسمى لغة الآلة عن طريق برامج معالجة النصوص أو محرر النص ، وأحيانا يكون النص كل شيء في مشروع الوسائط المتعددة حيث يكون تنزيله أسهل من النص المحتوي على صور و رسومات. [1]

ب.النص المسوح ضوئياً (سكنر)(Scanned text) إذ يستطيع الماسح الضوئي من قراءة النص المطبوع بعد فحصه وتحويله إلى لغة الآلة كي ينتج النص الممسوح الذي يتاح للمستخدم وهناك ثلاثة أنواع من الماسحات الضوئية هي المسطح ، الدوار ، اليدوي. [2]

---

(1) حسنين شفيق . حاسبات الوسائط المتعددة والانترنت (القاهرة : دار الكتب العلمية، ط2 ، 2005) ص69

(2) Lan Bafield : Design For New Media "Interaction design ofr Multimedia and the Web" (Eng land , Pearson eduction Lmited , 2004 , p.42)

(3) حسنين محمد شفيق . تكنولوجيا الوسائط المتعددة والانترنت . مصدر سابق ، ص72 .

ت.النص الالكتروني(Electronic text): وهو النص المتوفر في الشكل المقروء في شاشة الحاسوب ، فكل شخص يكتب أو ينشر يتعامل مع برامج معالجة الكلمات وأجهزة النشر الالكترونية التي يمكن قراءة صفحاتها في الحاسوب.

ث. النص الفائق أو النص التشعبي (Hyrer text) وهو نوعية خاصة من النصوص يتم تزويدها بروابط تتيح الفرصة للمستخدم الانتقال إلى أجزاء نصية غير تلك التي يستعرضها سواء كانت هذه الأجزاء في المستند نفسه أو مستند آخر محفوظ في مكان مختلف ، والنص الفائق يتيح لنا حفظ مجموعة من النصوص مع إمكانية تصفحها والتنقل بينها من وقت لآخر بالترتيب الذي نرغب فيه ، ويُعد الانترنت أكثر الأمثلة شيوعا على النصوص المترابطة حيث إمكانات الاستعراض والتصفح التي توفرها أدوات التصفح على الانترنت ، ويتحول النص إلى نص تشعبي بعد إضافة الروابط إليه إذ تتمثل وظيفتها في الربط مابين مختلف المواقع التي تحتوي عليها النصوص التشعبية فبمجرد النقر بـ (الماوس) على الرابط حتى ينتقل مباشرة إلى النص التشعبي الذي يشير إليه الرابط.

وبهذا فإن النص الإلكتروني (للموضوعات) يعد نصاً مفتوحاً، ومن الممكن أن يمتد ليضيف معلومات تاريخية وعلمية (عن طريق الروابط) بل يمكن لكاتب النص أن يخدم الحدث عبر كل فروع المعرفة الأخرى. كما قد يدعم النص بمواد بصرية وسمعية كما ذكرنا آنفاً ، ويمكن استخدام برنامج (غوغل إيرث) للمساعدة في خدمة الحدث في المكان الذي يراه القارئ أمامه رأي العين ، هذا فضلاً عن أن النص الالكتروني يبقى نصاً نشيطاً ومتفاعلاً طوال الوقت، فهو نص متجدد على مدار الساعات والدقائق، أي فضاء مفتوح لمن يريد أن يضيف إليه، ليس فقط من

الصحفيين المحترفين بل أيضاً من الهواة والمتطوعين الذين اقتحموا أسوار النص الإلكتروني بلا هوادة، فهم يشتركون في ولادته وصناعته.[1]

وتوضع الاعتبارات الآتية فيما يخص النص في بناء الوسائط المتعددة وهي:[2]

أ. كمية النص الذي سيتضمنها التطبيق أو المشروع .

ب. نوع الخط الذي سيتم استخدامه في النص .

ت. حجم الخط المستخدم في النص .

ث. الهدف النهائي من التطبيق أو المشروع .

وهناك خاصية إضافة المؤثرات الخاصة للنص التي تعد من اكبر إمكانات تطوير النص في تطبيقات الوسائط المتعددة إذ تمنح المصمم على تغيير إسلوب وشكل النص مثل ثني النص ، ميل النص ، مد النص ، تغير حجم النص ، تغير لون النص ، إضافة الظل.[1]

2. الصوت(Sound):-

يعد الصوت واحداً من المؤثرات في العملية الإتصالية والتفاعلية فهو يجذب المتلقي ويشد إنتباهه ، والصوت بفعل التقنية التكنولوجية لم يعد فقط صوتاً تماثلياً نسمعه عبر جهاز المذياع أو جهاز شريط الكاسيت بل يمكن أن نسمعه رقمياً

---

[1] د. فهد العرابي الحارثي (باحث سعودي)، الإعلامي الجديد ومستقبل إعلامه، مصدر سابق

[2] حسنين محمد شفيق ، حاسبات الوسائط المتعددة والانترنت ، مصدر سابق ، ص76.

[3] حسنين محمد شفيق ، تكنولوجيا الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والانترنت ، مصدر سابق ، ص81 .

(Digital) الذي يمكن إستخدامه في الوسائط المتعددة إذ يوجد أربعة أنواع من الصوت الرقمي وهي: [1]

أ. ملف الموسيقى الرقمية العادية (WAV) :-تخزين الصوت بهذه الطريقة يكون بجودة عالية إلا أن حجم الملف الذي يتم تخزينه يكون ضخماً مما يعني ذلك إمكانية تخزين مجموعة من الأغاني مثلا بهذه الطريقة على الحاسوب أو على قرص مدمج .

ب. الصوت (الميدي)(Midi Sound) أو معيار الآلات الموسيقية :- هذا النوع يتم فيه تبادل البيانات بين الحاسبات والآلات الموسيقية الرقمية وذلك باستخدام عينات من الأصوات المسجلة للأدوات الموسيقية الفعلية لتوليد أصوات صناعية معها ، وملف الموسيقى في هذا النوع يخزن في الحاسوب ويشبه النوتة الموسيقية وهو لا يحتاج الى تخزين عال. [1]

ت. كارت الصوت(Sound card):- معظم كارتات الصوت متعددة الأغراض اذ أنها مكونة من وحدات أهمها وحدة تحويل الصوت من تماثلي إلى رقمي (ADC) وبالعكس ، ويمكن استخدامها بتحويل الحاسوب إلى جهاز تليفون أو توفر إمكانية الاستعمال كفاكس ويستطيع كارت الصوت التميز بين الإشارات الواردة هل هي بيانات او فاكس أو صوت مرسل عبر التليفون.[2]

---

[1] سمير إسماعيل السيد . تطبيقات الانترنيت والوسائط المتعددة . ط1 (القاهرة : مكتبة عين شمس) 2003 ، ص185

[2] عبد الحميد بسيوني ، استخدام وتأليف الوسائط المتعددة ، (القاهرة : دار الكتب العلمية) 2005، ص98

[3] حسنين محمد شفيق . حاسبات الوسائط المتعددة والانترنت ط2 (القاهرة : دار الكتب العلمية) 2005 ، ص148

ث. الموسيقى الحديثة MP3 :- الإستماع الى ملفات الموسيقى والأغاني بات معتاداً من قبل معظم مستخدمي الحاسوب في العالم ، فيما يواصل المستخدم عمله الطبيعي على الجهاز في كتابة الوثائق أو تخزين الملفات ، وتمتاز الموسيقى الحديثة أنها طريقة لتخزين ملفات الصوت والموسيقى بطريقة رقمية مضغوطة الأمر الذي يسهل عملية تحميلها وتناقلها عبر الانترنيت دون التأثير على جودة الصوت كما تمتاز بأنها تحتاج إلى مساحة تخزين اقل من الطرق السابقة.[3]

3. الصور الرقمية والرسوم(Digital photos and drawings):-

تلعب الوسائط المتعددة دورا كبيرا في إنتاج الصور إذ يتم الاعتماد عليها لشرح الأفكار أو لعرض المعلومات ولزيادة متعة المشاهدة وأحيانا تغني عن العديد من صفحات الكتابة.

كما ان رسماً بيانياً واحداً قادراً على إيضاح مدى تقدم او فشل مشروع ما بسرعة وكفاءة ، والرسوم (الجرافيكس) مصطلح يشير إلى تقنيات وبرامج ومكونات الحاسوب المادية المستخدمة في إنشاء الصور غير المتحركة في صور رقمية وتعديلها وعرضها ، أي انه الأساس الذي ترتكز عليه عرض الرسومات والنصوص المتحركة وهو في حقيقة الأمر تقنية التشغيل لجميع العناصر المرئية للوسائط المتعددة.[2]

---

[1] Lan Bafield : Design For New Media "Interaction design ofr Multimedia and the Web" (Eng land , Pearson eduction Lmited , 2004 , p80

[2] محمد تيمور عبد الحسيب ومحمود علم الدين ، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي. (القاهرة ، دار الكتب العلمية ، 2003) ، ص196 .

وبرامج (الجرافيكس) نوعان: الأول يتعامل مع الصور النقطية وهو متخصص في التعامل مع الصورة بالمعالجة أو الرسم ، والثاني ببرامج متخصصة في إعداد الصفحات والإخراج والرسم.[1]

4. الرسوم المتحركة(Animation):-

الرسوم المتحركة واحدة من عناصر الوسائط المتعددة التي لها أهمية في جذب وإستدراج المتلقي ، فهي تضفي على مشروع الوسائط المتعددة حيوية مما يزيد من قوة العرض ويزيد من خبرة المتلقي ، والرسوم المتحركة يمكن أن تكون معقدة مثل أفلام الكارتون أو أكثر تعقيدا مثل حركة سيارة أو صاروخ على الشاشة، أو تكون الرسوم المتحركة بسيطة مثل تحريك النص أو الدخول إلى الشاشة أو الخروج منها ، كما استخدمت الرسوم المتحركة في أعمال ضخمة في السينما[1] ، وهناك شكلان أساسيان من الرسوم المتحركة:-[2]

أ.تحريك الأجسام(Move objects) :وهو مبني على تحريك النصوص والأجسام في الشاشة دون تغير في شكلها ، وهذا النوع سهل التنفيذ ويوجد في جميع برامج الوسائط المتعددة .

---

(1) وفاء فوزي البواب وآخرون . التصميم المطبعي الرقمي ، ط1(عمان ، مكتبة المجتمع العربي ،) 2005 ، ص15

(2) ينظر: ـ أحمد وحيد مصطفى ، الحاسب الالي في الفن والتصميم (القاهرة : نقابة مصممي الفنون التطبيقية) 2003 ، ص130

(3) عبد الحميد بسيوني . استخدام وتاليف الوسائط المتعددة ، مصدر سابق ، ص110 .

ب.الرسوم ثنائية وثلاثية الأبعاد(Fees two-and three –dimensional): وهي رسوم تأخذ حيزاً واسعاً اليوم في مجال الإعلام الإلكتروني والسينما والتلفزيون والألعاب الإلكترونية .

5. **الفيديو(Video) :-**

إن لقطات الفيديو الحية المصحوبة بالصوت هي أقوى وسائل الوسائط المتعددة تأثيراً في العملية التفاعلية اذ تحتوي على كل العناصر من النص والصورة والصوت فضلا عن الحركة، ونستطيع دمج للقطات الفيديو سواء كانت فيديو مباشرة أو فيديو رقمي لعرض مهام عمل ما وجعله أكثر جاذبية، وللفيديو الرقمي مزايا ، منها أنه يمكن نسخه دون أن تفقد النسخة الأصلية أو المنقولة جودتها واستخدامه لفترة طويلة لا يقلل من جودة النسخة.[1]

تاسعاً : إنتاج الوسائط المتعددة(Multimedia Production):-

عملية إنتاج الوسائط المتعددة تعتمد على دمج العديد من التقنيات من مصادر مختلفة من قبل فريق عمل يتميز بمهارات معرفية وكفاءة جيدة مع انسجام أعضائه لنحصل على فريق عمل مشترك يعمل على انتاج الوسائط المتعددة وهم:[2]

1. مدير الإنتاج(Production Manager) : يقوم بعملية التنسيق وتسهيل إنتاج المشروع عن طريق توافر الموارد المالية والأجهزة وتنسيق المهام ما بين أعضاء فريق العمل والتأكد أن المشروع تم إنتاجه بجودة مرتفعة في الوقت المحدد له .

---

(1) عبد الحميد بسيوني . استخدام وتاليف الوسائط المتعددة مصدر سابق ، ص110 .

(2) ميشيل انولا. الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والتربية، ترجمة نصر الدين لعياظي والصادق الرابح، (دبي: دار الكتاب الجامعي) 2004، ص182 .

2. اختصاصي المحتوى(Content Specialist) : هو المسؤول عن البيانات والمعلومات والحقائق المقدمة في مشروع الوسائط المتعددة .

3. مصمم الوسائط المتعددة(Multimedia Designer) : وعليه تقع مسؤولية تكامل عناصر الوسائط المتعددة بعضها مع البعض الآخر عن طريق استخدام برنامج يقوم بهذه المهمة بهدف تقديمها في صورة عرض يسهل فهمها واستيعابها .

4. المصمم الإرشادي(Instructional designer) : هو الذي يحدد كمية المعلومات التي يوفرها اختصاصي المحتوى وابتكار وسائل تعليمية مختلفة لتقديم المعلومات عن طريقها بناء على دراسة نوعية الجمهور من حيث النوع والعمر ومستوى التعليم فضلا عن توقعاتهم وحاجاتهم.

5. كاتب الحوار(Writer dialogue): ويقوم بكتابة الحوار الخاص لموضوعات مشروع الوسائط المتعددة بترتيب محدد .

6. مصمم الرسوم البيانية للحاسوب(Graphic designer for a computer) : إعداد عناصر الرسومات الخاصة بالمشروع مثل الخلفيات ، الصور ، الأحداث ، الأهداف ثلاثية الأبعاد ، الشعارات ، الرسوم والصور المتحركة .

7. إختصاصي الصوتيات والمرئيات(Specialist audio and video) : وهو المسؤول عن تسجيل وتحرير الموسيقى والصور ولقطات الفيديو .

8. المتحكم في الموقع(Controlled on-site) : مسؤوليته تحويل تطبيقات الوسائط المتعددة الى صفحة الويب .

عاشراً : تصميم عروض تكنولوجيا الوسائط المتعددة

(Design offers multimedia technology)

تـُعد عملية التصميم خطوة هامة في تطوير عروض تكنولوجيا الوسائط المتعددة المتفاعلة حيث يتم فيها وضع الأسس لتحقيق الغايات والأهداف التي من اجلها يعد البرنامج وتحديد محتويات العرض من المعلومات ولابد أن يواكب عملية التصميم جمع متواصل للمعلومات المرتبطة بالمحتوى وتحديد المصادر التي سوف تستخدم في عمليتي التصميم والإنتاج وأيضاً توفير الميزانية اللازمة (الإعتمادات المالية) لإنجاز المشروع.

ويُعد التصميم جزءاً أساسياً في عروض تكنولوجيا الوسائط المتعددة إذ أنه يعنى المعرفة والمهارة في التعامل مع الكمبيوتر، لإبداع وتنظيم الرسومات والتكوينات الخطية والفيديو والموسيقى وتحديد الطرق المنطقية لتعامل المستخدم مع هذه العروض.

ويذكر(Redy) أن عملية تصميم عروض برامج الوسائط المتعددة تتكون من سبع خطوات هى :-[1]

1. كتابة السيناريو والتخطيط للعرض.
2. تحديد وإنتاج الصوت والفيديو أو تسجيلهما.
3. إبداع الرسومات الخطية والرسومات المتحركة والعناوين الرئيسية فى العرض.

---

[1] منتديات ستوب ، مفهوم تكنولوجيا الوسائط المتعددة وعناصرها ، أستقت من الإنترنت بتاريخ 5 تموز 2013 http://www.forum.stop55.com/293348.html

4. تحديد لقطات الفيديو والصوت اللازمين لبناء برامج الوسائط المتعددة وإدخالها إلى الكمبيوتر من خلال التجهيزات الخاصة بكل منها.
5. إعداد الصوت والفيديو والحركة وذلك باستخدام أدوات الإعداد والبرمجة والتأليف وما يضمنه ذلك من إجراءات المونتاج.
6. تصميم التفاعلية وتوزيعها على كل أجزاء العرض باستخدام برامج التأليف الخاصة بعروض الوسائط المتعددة.

حادي عشر: العناصر الأساسية لتوليف الوسائط المتعددة الناجحة وإنتاجها

(The basic elements for the synthesis of multimedia)

هناك بعض العناصر الأساسية التي تعد ضرورية والتي يجب أخذها في الحسبان لإنتاج وسائط متعددة ناجحة وهي:[1]

1. الجمهور(Public) : يعد عنصراً أساسياً كونه متلقي المعلومات ، لذا قبل إنتاج الوسائط المتعددة يجب معرفة الجمهور المستهدف لان ذلك يساعد على ما سيتضمنه البرنامج وذلك من معرفة العمر ومستوى التعليم الخاص بالجمهور وحاجاته وتوقعاته مع العناية بتحديد تركيبة الجمهور الثقافية والجنسية.
2. الأهداف(Objectives): لابد من القائم بإنتاج الوسائط المتعددة أن يضع عدة أسئلة في ذهنه وهي: ما المطلوب من البرنامج ؟ وماذا يراد تحقيقه ؟ وما النتائج المتوقعة من الجمهور ؟ وهذه الأسئلة ضرورية في المراحل الأولية لإنتاج أو تطوير تطبيقات الوسائط المتعددة .

---

[1] ميشيل انولا. الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الاعلام والتربية. مصدر سابق ، ص182 ـ 210 .

3. المضمون(Content) : وعند إنتاج أو توليف الوسائط المتعددة من الضروري الإنتباه لمضمون الرسالة بما تحويه من البيانات والمعلومات الرئيسة والمحددة ، التي يتم تقديمها للمتلقي من صور في الخلفية ، والنصوص والرسوم والفيديو مما يعود بمنفعة واسعة على الجمهور بفهم المعلومات .

4. التفاعلية (Interactive): وهي المقياس لمعرفة مدى تفاعل الجمهور مع أي موضوع يُطرح مع ما ينتج من برامج بواسطة الوسائط المتعددة إذ يكون تحديدها ضروريا لمعرفة ردود أفعال المستخدمين من خلال الأثر المتوقع حدوثه لدى استعمال البرنامج من قبلهم.

ثاني عشر : إستخدامات الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني والإنترنت

(Uses of multimedia in the electronic media and the Internet)

للوسائط المتعددة عدة إستخدامات في الإعلام الإلكتروني والانترنت هي:-

1. شبكة الويب(Web) :

استخدام الوسائط المتعددة هي طريقة فعالة لجذب الانتباه للمعلومات الموجودة على اية صفحة ويب من قبل الشبكات المتخصصة في الاعلام [1] ، ويمكن عرض مستندات على الويب مثل الصحف والمجلات وعرض الصور والنصوص والفيديو ، كما يمكن الاستماع الى الموسيقى واغاني الافلام والتلفزيون، كما يمكن

---

[1] اسامة الحسيني ، كل شيء عن الكومبيوتر والانترنت (القاهرة ، مكتبة ابن سينا ، 2002) ص132 .

عرض الفيديو على الويب مثل الاخبار ولقطات الافلام وافلام الكارتون والحوارات التي تجري مع المشاهير.[2]

2. الصحافة الالكترونية(Electronic Press) :

الصحافة الإلكترونية على شبكة النت لم تتأخر في إستخدام الوسائط المتعددة لتوفير المادة الصحفية للقراء مستخدمة في ذلك التقنيات الحديثة في تكنولوجيا الاتصال، إلى جانب النص والحروف والصوت والصور والفيديو والتأثيرات المختلفة إليها بكل يسر. [3]

3. الكتاب الالكتروني(E-book) :

تكنولوجيا الوسائط المتعددة تعاملت مع الكتاب الإلكتروني بإضافة الحيوية والجاذبية من خلال النص والصور والصوت والفيديو والرسوم ، والكتاب الإلكتروني هو أحد البرامج التطبيقية في مجال برامج الحاسوب وله مميزات عديدة منها سهولة توزيعه ونقله من مكان لآخر بسرعة وسهولة نشره وتحميله [1] ، وهو أيضاً مصطلح يستخدم لوصف نص مناظر أو مشابه للكتاب لكن في شكل رقمي يعرض على شاشات الحاسوب أو عن طريق الأقراص المدمجة إذ يتم عرض المعلومات الخاصة بالكتاب مع الصور والرسوم المتحركة والموسيقى والصوت. [2]

---

[2] المصدر نفسه ، ص135 .

[1] جمال محمد غيطاس ويسري زكي ، الصحافة المطبوعة (القاهرة : دار النهضة ، 2003)، ص23.

[2] جورج نوبار سيمونيان ، الثقافة الإلكترونية ،(الناشر: مكتبة الأسرة) 2004 ، ص90 .

[3] عبد التواب يوسف ، التنافس بين الكتاب المطبوع والكتاب الالكتروني (القاهرة : الهيئة العامة للكتاب) 1997 ، ص187 .

4. الإعلان (Advertising):

إستثمرت المواقع الإلكترونية تقنيات الوسائط المتعددة لتوظيفها بإنتاج وصناعة وعرض الإعلانات ، لما يمثله من نشاط اقتصادي و مصدرا رئيسياً للدخل للصحف والمجلات والراديو ووكالات الإعلان المتخصصة [3] ، وأيضاً إستخدم المعلنون مزايا الوسائط المتعددة في الإعلان على مواقع الويب في الإنترنت ليجذب المتصفح للخدمات والسلع .

5. الراديو (Radio):-

من الميزات الأخرى للوسائط المتعددة ، الصوت الذي من خلاله تمكنت المواقع الإذاعية على شبكة الإنترنت بالإنتشار الأوسع مما كانت عليه لتتجاوز حدود البث المسموح به ، ومن مميزات راديو الانترنيت عدم تأثر بثه بالاحوال الجوية اذ يتمتع بنوعية صوت ممتازة وهناك العديد من الطرق التي يمكن بها الاستماع الى الراديو عبر الانترنيت منها برامج Media Player وبرنامج Wim Amp وبرنامج Real Player وبرنامج Live365 وبرنامج Wim fm، وبرنامج (PlayerWindows Media).[1]

6. التلفزيون(TV):

الفيديو أو الصورة المرئية المتحركة تعد من العناصر الهامة اليوم في إستخدامات الوسائط المتعددة حيث استطاع العلماء ان يجعلوا التلفزيون والحاسوب يلتقيان معا في

---

[4] سمير محمد حسن ، الإعلان . ط2 (القاهرة: دار النهضة) 1984 ، ص101 .

[1] محمد عارف ، تأثير تكنلوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية (مركز الإمارات للدراسات والبحوث الأستراتيجية.سلسلة محاضرات الإمارات.أبوظبي) ، ص50 .

نقطة واحدة فظهر للوجود التلفزيون التفاعلي[2] ، ويقدم التلفزيون التفاعلي العديد من الخدمات منها خدمة الفيديو تحت الطلب وخدمة التلفزيون التجاري وخدمة الاعلانات وخدمة دليل البرامج الالكتروني والبريدالالكتروني و (الدردشة) وخدمة المباريات الرياضية وتعدد الكاميرات وخدمة العاب الكومبيوتر.[3]

ثالث عشر: فوائد الوسائط المتعددة (The benefits of multimedia)

للوسائط المتعددة وضمن استخداماتها في المجال الإعلامي والانترنت والمجالات الأخرى العديد من الفوائد وهي:-[1]

أ. تخاطب الحواس(Addressing) : تخاطب الوسائط المتعددة أكثر من حاسة من حواس الإنسان مما يجعل المعلومات تصل إلينا بشكل جيد ، فالموسوعات الالكترونية مثلا ترينا المواضيع بصوت وصورة مما يجعل ذلك أكثر تركيزاً وأعم فائدة .

ب. التمثيل البصري للمعرفة(A visual representation): إذ أن الإنسان أساساً يتعلم بصريًا في حين تسمح الوسائط المتعددة من ...إدراك وفهم الإخبار والموضوعات من خلال الفيديو والصور المتحركة ... فالوسائط المتعددة تحفز التفكير بصرياً عن طريق الأدوات التي تمتلكها .

---

(2) ينظر: ـ بهاء عيسى ، شاهد التلفزيون عبر الانترنت، مجلة أنترنت العالم العربي ، تشرين الثاني 1999 ، ص65 .

(3) المصدر نفسه ، ص135 .

(1) محمد فلحي ، صناعة العقل في عصر الشاشة . ط1 (عمان : الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع) 2002 ، ص151 .

ت.إيصال المعلومات(Communicate information) : تساعد الوسائط المتعـددة في إيصال المعلومات إلى المستخدمين ممن هـم في مسـتويات مختلفـة بطريقـة أكثـر كفاءة .

ومن هنا فأن الوسائط المتعددة في ظل الثورة التكنولوجية والمعلوماتية في شبكة الإنترنت ووسائل الإتصال والإعلام بكافة تصنيفاته التقليدية والجديدة على النـت ، لا يمكـن الإسـتغناء عنهـا في كـثير مـن الخـدمات الإعلاميـة والتربويـة والتعليميـة والإرشادية والطبية وغيرها مـن الخـدمات الأخـرى ، فأصـبحت المواقـع الإعلاميـة الإلكترونية بفضلها مقروءة ومسموعة ومرئية في آن واحد فـالخبر بإمكـان المتلقـي أن يقرأه ويسمعه صوتاً ويشاهده على شكل فيديو ، فضلاً عن ما تقـوم بـه مـن إضـافة جمالية وجاذبية ومهارة وتفاعلية بين الموقع والمستخدمين في نقـل المعلومـات والصـور والفيديو لحاسوبه الخاص أو إضافة ملفات صـورية ونصـية وفيديويـة ونشـرها علـى المواقع الإلكترونية من خلال الروابط التفاعليـة ، إنهـا فعـلاً تمـازج نصـي وصـوري وصوتي بآفاق متعددة الإستخدامات التي يحتاجها المستخدم.

4

الفصل الرابع

الدراسة الميدانية

Chapter Four: field study

المبحث الأول

نبذة عن المواقع العربية والناطقة بالعربية والمواقع العراقية

first research: About Arab and Arabic-speaking and Iraqi websites

المبحث الثاني:-

أولاً: إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والمواقع العراقية للمدة الزمنية الأولى 2012

ثانياً:إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والمواقع العراقية للمدة الزمنية الثانية 2014

The second research:-First:Uses multimedia websites in Arabic and Arabic-speaking and Iraqi websites for the time the first 2012

Secondly:Uses multimedia websites in Arabic and Arabic-speaking and Iraqi websites for the time the second 2014

المبحث الثالث: مقارنة إستخدامات الوسائط المتعددة بين المواقع العربية والناطقة بالعربية والمواقع العراقية للمدتين الزمنيتين (2012ـ 2014)

The third research:-Comparison between the uses of multimedia websites Arab and Arabic-speaking and Iraqi websites for time periods for two terms (2012 – 2014)

المبحث الأول

نبذة عن المواقع العربية والناطقة بالعربية والعراقية

first research: About Arab and Arabic-speaking and Iraqi websites

أولاً: موقع العربية.نت (Arabia site Net)

العربية.نت هو موقع إلكتروني إخباري مرتبط بقناة العربية التابعة لمركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC)، يعرض مختلف الأخبار السياسية والمنوعة. أطلق الموقع في 21 شباط (فبراير) 2004 ، وتولى رئاسة التحرير في البداية الدكتور عمار بكار، وإدارة التحرير الصحفي أنس فودة، حتى انتقلت الإدارة في العام 2009 إلى الصحفي السعودي داوود الشريان، والموقع إمتداد لقناة العربية التي هي قناة فضائية إخبارية عربية كانت تبث من الشركة المصرية لمدينة الإنتاج الإعلامي بمصر والآن تبث من مدينة دبي للإعلام بالإمارات العربية المتحدة، وتهتم هذه القناة بالأخبار السياسية والرياضية والاقتصادية.

قناة العربية بدأت البث في 3 آذار(مارس) 2003، وهي تأسست من قبل مركز تلفزيون الشرق الأوسط (MBC) ، مجموعة الحريري، ومستثمرين من عدة دول عربية أخرى ، لكن تسريبات (ويكيليكس) كشفت أن محطة العربية ومجموعة (أم بي سي) عائدة لنسيب الملك فهد ، وليد الإبراهيم وأن 50٪ من أرباح القناة هي من نصيب الأمير عبد العزيز بن فهد ابن الملك السعودي الراحل وأن الأمير ممن يقفون خلف التوجه السياسي والفكري للقناة.

تولى إدارة القناة حين إنشائها وزير الإعلام الأردني السابق صالح القلاب، حيث بدأت تغطية الحرب على العراق ثم تولى الإدارة الإعلامي السعودي عبد الرحمن الراشد بعد أن ترك رئاسة تحرير جريدة الشرق الأوسط وذلك بعد مرور عام على تأسيس القناة.

وقد أطلقت العربية منتدى للفيديو من خلال موقعها على الإنترنت العربية.نت، بهدف استقطاب المواهب في مجالات إنتاج وتصوير الأفلام سواء الوثائقية أو الصحفية أو حتى تشجيع الراغبين في تسجيل لحظاتهم أو تجاربهم الشخصية.[1]

وصف محتوى الصفحة الرئيسة لموقع العربية نت:

(Describe the content of the site Home Arab Net)

بما أن المدة الزمنية للبحث تمت وفق مدتين زمنيتين الأولى في عام (2012) والثانية في (2014) لذا فإن بعض المواقع عينة البحث قد غيرت من تصميم بعض زوايا الصفحة الرئيسة بالإضافة أو تغيير شامل خلال المدة الزمنية الثانية 2014 لذا سيكون وصف الصفحة الرئيسة لكافة المواقع ضمن هاتين المدتين وتسجيل أية تغييرات فيها وفق الآتي:-

1. **وصف الصفحة الرئيسة لموقع العربية نت في المدة الأولى** 2012:-

تضمنَ أعلى الصفحة إطار بلون أسود على عرض الصفحة ، بإرتفاع نحو (8) ملم ، على يمينه كُتب ثلاثة كلمات (فارسي ، أوردو ، English) وتعني أن

---

[1] ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (العربية نت) أستقت بتاريخ 5/ 6/ 2012

r.wikipedia.org/wiki/العربية.نت

للموقع إصدارات أخرى بهذه اللغات ، وعلى أقصى اليسار التاريخ بالهجري والميلادي ، وأسفله على إمتداد عرض شاشة الحاسوب إطار بإرتفاع نحو (3) سم.

اليمين ، يتضمن ترويسة الموقع (العربية) وما تبقى من الإطار مساحة إعلانية متغيرة بنصوص ورسوم ثنائية بسيطة متحركة وثابتة ، وأسفله شريط بأسماء الصفحات للموقع (الرئيسية ، العرب والعالم ، السعودية اليوم ، الأسواق العربية ، الرياضة ، طب وصحة ، أدب ، ثقافة وفن ، تكنولوجيا ، الأخيرة ، آراء ، برامج العربية). وأسفل شريط الصفحات ، شريط بلون (رصاصي) تضمن (العربية الحدث، آخر الأخبار، فيديو العربية ، البث المباشر ، أنا أرى) ، ويأتي أسفله شريط خدمي للتعريف بتردد العربية الحدث ، وهي فضائية جديدة تابعة أيضاً لقناة العربية .

من بعد هذه الأشرطة ، يُقسم أعلى الصفحة الرئيسة للموقع إلى قسمين : الأيمن وهو الجزء الأكبر مساحة من اليسار بنحو ثلتي مساحة شاشة الحاسوب ، والقسم الأيسر يضم نحو ثلث مساحة الصفحة ورتبت فيه العناوين والإطارت والصور بشكل عمودي من رأس الصفحة وحتى نهايتها ، ولتسهيل الشرح سنأخذ كل قسم من الصفحة ونوصفه على حدة.

أ.القسم الأيمن: يضم الأخبار الرئيسة مع ست صور متتالية الظهور والإختفاء مع عنوان وجزء من نص الخبر يرافق الصورة ، الى جانبها يساراً عناوين الأخبار المرافقة للصور .

أسفل يمين الصفحة الرئيسة للأخبار والصور ، عنوان (أخبار العربية) بشريط متحرك بعناوين آخر الأخبار ، ويأتي أسفله أيضاً صورة العائلة ممتدة على إطار بخلفية بنفسجية اللون ، ويأتي تحتها مباشرة عنوان (الأخبار) وبجانبه ثلاثة أعلام صغيرة جداً لدول عربية مع أسمائها: (تونس ، اليمن ، السودان) للبحث في أخبار هذه الدول

عند الدخول عليها ، وتمتد أسفل هذا العنوان ست صور صغيرة مع عناوين لها وهي تتحدث يومياً مع أي جديد في الأخبار، والى أسفلها توجد كلمة المزيد بخلفية حمراء للدلالة على أن هناك مزيداً من الصور والأخبار لمن يرغب في تصفحها.

و تحته عنوان (مصر الجمهورية الثانية) ويضم خمسة أخبار بالعنوان والصور والخبر الرئيس تكون صورته بحجم متوسط مع عنوان وجزء من متن الخبر ، وتتحدث هذه الأخبار مع تجدد الأخبار إذ هناك (المزيد) للتصفح.

وأيضاً يأتي أسفل منه عنوان (السعودية اليوم) ويضم خمسة أخبار بالعنوان والصور، والخبر الرئيس صورته بحجم متوسط مع عنوان وجزء من متن الخبر تتحدث مع تغير الأخبار.

وتليها تباعاً بالمحتوى نفسه من حيث عدد الصور والتوزيع العناوين التالية على التوالي: (الأسواق العربية ، الرياضة ، العرب والعالم ، سوريا ، طب وصحة ، ثقافة وفن ، تكنولوجيا ، الأخيرة).

أما نهاية القسم الأيمن فكانت للفيديو تحت عنوانين (شاشة العربية اليوم ، وشاشة العربية الحدث) حيث يضم كل منهما شريطاً متحركاً بواسطة النقر بالماوس ، لـ(12) فيديو مع عنوان الخبر فقط ، فضلاً عن (المزيد) الذي يحتوى على أرشيف الأخبار بالفيديو لكل منهما.

ب. القسم الأيسر: يشغل نحو ثلث مساحة الصفحة ، وترتبت فيه الإطارات والعناوين لمواضيع الصفحة بشكل عمودي من رأس الصفحة حتى وسطها ، إذ تُرك الباقي مساحة بيضاء ، يسار الموقع يبتدأ بصورة عائلية صغيرة ثابتة المكان لا

تتغير تدل على التواصل مع العربية.(*) ، أسفل الصورة إطار صغير كتب عليه إبحث ، وهو يساعد المتصفح في البحث عن ما يريده من إخبار وأي موضوع من الأرشيف ، وتحته إطار خدمي لمعرفة ترددات الفضائية العربية، ويأتي أسفله مساحة إعلانية لصور متغيرة حسب الإعلان ، وأسفلها عنوان إختيارات القراء (اليوم ، الأسبوع ، الشهر) للأخبار والمواضيع وأيضاً الفيديو ، الأكثر قراءة ، الأكثر تعليقاً ، والأكثر مشاركة ، لخمسة عناوين لكل واحدة منهم تُحدث يومياً مع إختيارات القراء.

يأتي أسفلها مساحة خدمية لمعرفة حالة الطقس اليوم ، وتحتها عنوان (آراء) لثلاثة مواضيع (سياسي ، رياضي ، إقتصادي) كل واحد يضم عشرة أراء مع صور شخصية صغيرة لصاحب الرأي ، تتحرك بواسطة شريط متحرك عند النقر على السهم ، فضلاً عن المزيد من الآراء عبر الأرشيف.

وأسفل ذلك يأتي عنوان (برامج العربية) وهي فيديو ، تضم شريط متحرك بالماوس لثمانية برامج بالصوت والصورة ، فضلا عن المزيد من أرشيف البرامج. وبعدها يأتي عنوان (إستفتاء) للتصويت عن قضية عامة من قبل زوار الموقع عند رغبتهم بذلك ، فضلاً عن خدمة الموقع بالنشرة الإسبوعية الإخبارية عبر البريد الإلكتروني من خلال عنوان (اشترك معنا)، وأسفله زاوية كاريكاتير التي تضم ثلاثة لرسوم الكاريكاتير.

ويأتي أسفل زاوية الكاريكاتير، خدمة التواصل الاجتماعي ، العربية فيس بوك، والعربية تويتر ، حيث يمكن للزائر الإشتراك والتواصل مع الموقع.

(*)(رأي الباحث)

وفي نهاية القسم الأيسر جاء عنوان (الصحافة) الذي يضم شريط صوري متحرك بالماوس لثمانية أخبار منوعة مع الصور.

أما نهاية الصفحة الرئيسة فكانت بإطار خلفيته سوداء يمتد على عرض الصفحة ضمَ خارطة الموقع بالصفحات والبرامج والخدمات واللغة ، وإمتداد الصفحة يبلغ (11) مرة بطول شاشة الحاسوب.[1]

2. **وصف الصفحة الرئيسة لموقع العربية نت في المدة الثانية** 2014:-

سنذكر في الوصف فقط المتغيرات في تصميم الصفحة الرئيسة للموقع خلال المدة الثانية كون الموقع حافظ على نفس الشكل العام للتصميم في كلا المدتين إلا أنه أضاف وحذف بعض الإطارات والزوايا في المدة الثانية ، إذ بدأ أعلى الصفحة الرئيسة بأخبار العربية بشريط متحرك بعناوين إخبارية وهو بلون أحمر ، بينما كان وضع الشريط المتحرك في السابق أسفل يمين الصفحة الرئيسة للأخبار والصور .

إطار أسماء صفحات الموقع غيرت تبويب بعضها لتكون (أخبار، السعودية ، أسواق، المغرب العربي ، الرياضة ،صحة، ثقافة وفن ، تكنولوجيا ، الأخيرة ، آراء، برامج العربية ، الحدث ، فيديو) وأسفلها أسماء لصفحات أخرى مع رسوم ورموز صغيرة (الحدث ، دراسات العربية ، العرب في أمريكا ، العربية بودكاست، نوافذ، ترددات العربية ، العربية اليوم ، البث المباشر) ، وأسفل أسماء الصفحات إطار لخدمات إعلامية وإعلانية أحياناً وهو تغيير جديد لم يكن في السابق ، يكون موضعه فوق الأخبار الستة مع صورها المتغيرة.

---

[1] ينظر:- ملحق رقم (2) النماذج موقع العربية نت للمدة الزمنية الأولى 2012

زاوية الأخبار حذفت من جانبها أعلام الدول وبقيت مع عرض لست صور مع نصوص عناوين لأخبار.

شاشة العربية اليوم بتصميم وإطار جديد يختلف عن السابق حيث كان مكانه في نهاية القسم الأيمن للصفحة،وخلال المدة الثانية للبحث تغير مكانه لوسط الصفحة وبشريط متحرك من خلال الماوس إذ يضم ملفات فيديو أخبارية لنحو (15) ملفاً وتحته كلمة (المزيد) لملفات فيديو أرشيفية.

في زاوية السعودية ، رفعت كلمة اليوم حيث كانت بعنوان (السعودية اليوم) وبقيت كما هي بخمسة أخبا مع صورها.

أما عرض الصفحات المتبقية فجاءت متسلسلة من جهة يمين الصفحة التي إضيف لها زوايا جديدة خلال المدة الثانية مثل(مصر ، ايران ، المغرب العربي) بالإضافة الى الزوايا السابقة (سوريا ، الأسواق العربية ،العرب والعالم ، طب وصحة، ثقافة وفن ، تكنولوجيا ، الأخيرة) وهذه بعضها بخمس أخبار وصور والبعض الآخر بثلاثة أخبار وصور، فضلاً عن تغير مكان بعضها مثل (شاشة العربية اليوم) اوخصص لها صفحة خاصة كـ(شاشة العربية الحدث).

يسار الموقع إضيف له بين الزوايا صور ونصوص لخدمات إعلامية ترشد المتصفح للإستفادة منها ، زاوية إختيارات القراء تغيرت بإستخدام الصور مع النص فيما كانت سابقاً فقط عناوين أخبار ، ومن جديد الزوايا هي العربية تويتر وتكون بعناوين إخبارية مع الصور ، فيما كانت فقط الدخول لها من خلال علامة (تويتر) ، اما حالة الطقس فقط حذفت من الصفحة الرئيسة وبقيت زاوية آراء كماهي ،وأيضاً طرأ تغيير في زاوية فيس بوك إذ تم إدراج عناوين أخبار مع الصور فيما كانت في السابق فقط علامة (الفيس بوك) للدخول من خلالها.

زاوية برامج العربية بقيت كماهي بلا تغيير إلا إنه حذفت زاوية صحافة التي كانت تستخدم في المدة الأولى للبحث وجاءت مكانها زاوية (العربية بود كاست) مرفقة بملفات فيديو وصور لمواضيع منوعة وسياسية ووثائقية ، وأيضاً هناك زاوية جديدة بعنوان (العرب في أمريكا) مدعومة بأخبار وصور، أما زاوية الكاريكاتير فهي نفسها لكن بزيادة عدد الرسوم من ثلاثة في المدة الزمنية الأولى للبحث الى ستة رسوم في المدة الثانية ، وحذف زاوية إستفتاء خلال المدة الثانية من على الصفحة الرئيسة.

وعلى إمتداد الصفحة الرئيسة التي يصل طولها (11) مرة بقدر شاشة الحاسوب يرافقها بشكل متحرك رسوم(أيقونات) لخدمات التواصل الإجتماعي الفيس بوك ، تويتر ، يوتيوب ، ورسائل (sms) القصيرة وخدمات البحث لجوجل زائد ، والبحث عن صور.

أما خارطة الموقع فبقيت كماهي بنفس لون الخلفية السوداء وبنص أبيض،وأيضاً لون خلفية الموقع بقي باللون البنفسجي في كلا مدتي البحث.[1]

ثانياً : موقع شبكة الإعلام العربية (محيط)

The Arab Media Network site(mohet)

(محيط) ، هو الاسم المختصر لشبكة الإعلام العربية ، بدأت العمل على الشبكة العالمية (الإنترنت) منذ عام 1997 بتشكيل فريق تحرير يتمتع بالخبرة الواسعة ويحظى بدعم استراتيجي قوي من شريحة واسعة من القراء والمستخدمين العرب الموزعين على القارات الخمس.

---

[1] ينظر:- ملحق رقم (2) النماذج موقع العربية نت للمدة الزمنية االثانية 2014

وتُعد الشبكة، المملوكة من قبل (أرابيا إنفورم)، البوابة الرئيسية الرائدة في العالم العربي على الإنترنت، وهي وليدة أفكار رجل الأعمال والإعلامي (محمد عليوة) مؤسس المجموعة المتحدة للبرمجيات.

ويقدم الموقع خدماته لمستخدمي شبكة الإنترنت العرب بالدرجة الأولى، ولكل المهتمين بالعالم العربي من مستخدمي الإنترنت .

و يضم محيط ما يزيد عن 100 صحفي ومحرر وفني، ويقع مقره الرئيسي في مدينة دبي للإعلام بالإمارات العربية المتحدة، بينما تعمل وحدات التحرير والتقنية انطلاقا من العاصمة المصرية القاهرة. ويعتزم الموقع التوسع في سلسلة مكاتبه في جميع أنحاء المنطقة بما يتمشى مع نمو أعماله

تضم شبكة الإعلام العربية (محيط) 60 موقعاً متنوعاً تلبي من خلالها احتياجات سائر المنطقة العربية.

وتغطي هذه المواقع مجموعة كبيرة من الموضوعات، التي تشمل التغطية المتواصلة للأخبار العامة والرياضية والاقتصادية وأخبار المرأة والتكنولوجيا والفن، إضافة إلى موضوعات وافية ومسلية تتضمن أحدث الأخبار اليومية الخفيفة في عدة مجالات منها الكتب والثقافة والموسيقى و الأفلام والسياحة. كما تضم الشبكة قنوات مرجعية خاصة مثل معلومات عن مختلف بلدان العالم العربي وموقع شامل للوظائف والمناقصات، ومواقع عن أحداث وموضوعات خاصة مثل المواقع الخدمية كدليل الفضائيات وحالة الطقس وأسعار العملات والبورصة وأوقات الصلاة .

ويركز كل موقع على أسلوب التغطية الشاملة والكاملة بحسب الموضوع أو الدولة. كما يشتمل (محيط) على بحث متقدم يعتمد على أكثر من مليوني مادة صحفية تغطي كافة الأحداث العربية والعالمية. (*)

وصف محتوى الصفحة الرئيسة لموقع محيط :(*)

Description of the main content of the page site(Moheet)

1. وصف الصفحة الرئيسة لموقع شبكة الإعلام العربية (محيط)2012:-

تضمن أعلى الصفحة إطار خدمي بخلفية حمراء على عرض الصفحة ، يدعو القراء لتحميل أدوات وأخبار الموقع. وأسفله وعلى اليمين تأتي ترويسة (محيط) باللغة العربية ، والى جانبها أيقونات (تويتر،فيس بوك، يوتيوب، جوجول)، والى يسار الترويسة يمتد شريط إعلاني لصور إعلانات متغيرة ، وتحته يأتي شريط بأسماء الصفحات للموقع وهي :(الرئيسية ، أخبار المحافظات ، إقتصاد ، حوادث ، فن ، رياضة ، ثقافة وكتاب ، منوعات ، آراء وأقلام ، فيديو وصور، كاريكاتير ، المزيد)، ويأتي أيضاً أسفله شريط لروابط سريعة هي:(إنتخابات مصر ، حل برلمان الثورة ، يورو 2012، تداعيات الحكم على مبارك ، أقوال الصحافة ، دستور الثورة ،حياتك الجنسية ، أسرى فلسطين والأمة ، محيط للدراسات السياسية والإستراتيجية ، محمد مرسي ، أحمد شفيق).

من بعد أشرطة أسماء صفحات الموقع ، ينقسم إلى:

(*) المعلومات عن الموقع أستقت من صفحة (من نحن) التعريفية لموقع محيط www.mohet.com، بتاريخ 15حزيران 2012

(*) إعتمد الباحث على الملاحظة والمشاهدة لموقع محيط www.mohet.com في وصفه محتوى الصفحة الرئيسة للموقع

أ.القسم الأيمن: يشغل مساحة نحو ثلثي الصفحة ، يتضمن شريطاً متحركاً بآخر الأخبار، وأسفله صورة كبيرة الحجم مع عنوان لأخبار اليوم ، تتغير ذاتياً مع ما موجود إلى يسارها من شريط صوري بحجم صغير بعدة صفحات، يضم كل صفحة منه عشر صور، تُحدث بإستمرار على مدى اليوم.

ب.القسم الأيسر: لأعلى الصفحة يضم إطار لخدمة البحث في الموقع ، وأسفله مساحة إعلانية لصورة تتغير مع نوع الإعلان.

ت.وسط الصفحة: ويأتي بعد الجزء الأعلى للصفحة الرئيسة ، جزء ما فوق وسط الصفحة ويقسم الى ثلاثة أقسام بإطارات تحمل عناوين ، على اليمين:(رئيس التحرير يكتب ، وهو ثابت المكان يتضمن يومياً موضعاً جديداً ، مع صورة شخصية صغيرة وجزء من النص للموضوع ، وأسفله عنوان (رأي محيط) ترافقه ترويسة محيط مع عنوان وجزء من النص. والى جانبه في الوسط عنوان (محيط مباشر) تضم عناوين لأكثر من (50) خبراً يقابلها وقت تحديثها ، وهي بعدة صفحات كل صفحة نحو سبعة أخبار، إذ يمكن الإطلاع عليها بتحريك السهم المنزلق الموجود الى جانب الأخبار.

والى اليسار تكون زاوية (كاريكاتير) وتضم (5) رسوم كاريكاتيرية أحدها بصورة حجم وسط ، وأربعة أخرى صغيرة الحجم تتوزع أفقياً أسفله.

ويفصل الصفحة الرئيسة عن جزئها العلوي و السفلي شريط صوري لعنوان (تقارير وملفات) يضم (6) صور صغيرة مع عنوان لخبر أو فيديو.

وتحتل أسفل الشريط وعلى اليمين عنوان (الوطن العربي) مع صورة كبيرة لخارطة الوطن العربي مع أعلام الدول العربية ، وعند النقر بالماوس على علم أي

دولة تظهر صفحة بأخبارها وأخبار أخرى منوعة. والى جانبها على اليسار مساحة إعلامية (تابع إنتخابات مصر) وأخرى إعلانية .

في وسط الصفحة إلى اليمين ، عنوان (فيديو وصور) ويضم (9) صور صغيرة مرتبة أفقياً وعمودياً كل عمود ثلاث صور ، والى جانبها صورة بحجم وسط تتغير عن التأشير بالماوس على أحد الصور التسع ، التي تحتوي كل صورة منهم ألبوم صور يضم أكثر من (15) صورة بحجم كبير عند فتح الصفحة.

ويأتي أسفلها والى اليمين عنوان (أخبار) ويضم (5) أخبار بصور صغيرة وعنوان ، تُحدث وتتغير بمرور الوقت وعلى الترتيب نفسه عنوان (أخبار) تكون الصفحات الأخرى التي تمتد بشكل عمودي الى نهاية الصفحة هي:(فن ، رياضة ، ثقافة وكتاب ، إقتصاد ، منوعات) أيضاً تضم (5) صور صغيرة الحجم وعنوان فقط تُحدث بين حين وآخر.

فيما يسار الموقع من وسط الصفحة الرئيسة إلى نهايتها امتدت بشكل عمودي العناوين التالية: (إستطلاع) وهو يدعو للمشاركة فيه حول قضية يطرحها الموقع ، (مابين السطور) وهو رأي لأحد الكتاب بشأن قضية ما . واسفل منه عنوان (آراء وأقلام) يضم عنوان مقالتين مع جزء من النص وصورتين شخصيتين صغيرتين لكاتبي المقالة ، وبعده يأتي عنوان (أوتار القلوب) الذي يضم صورة صغيرة شخصية لمسؤولة الباب عنوان وجزء من نص مشكلات القراء العاطفية ، وأسفله عنوان (مشاركات القراء) إذ يعرض عناوين (5) مقالات تُحدث بمشاركات القراء الجديدة.

والى الأسفل من ذلك تأتي خدمة (فيس بوك ، وتويتر) للتواصل مع الموقع وأصدقاء محيط.

ث.أسفل الصفحة: وفيه يمتد إطار بخلفية سوداء على عرض الصفحة ، يضم خارطة الموقع وبكتابة عربية لروابط هامة ، ومواقع صديقة ، وأقسام الموقع الرئيسة ، والروابط السريعة ، والصفحة الرئيسة تكون بإمتداد (7) مرة على طول شاشة الحاسوب.[1]

2. **وصف الصفحة الرئيسة لموقع شبكة الإعلام العربية (محيط)**2014:-

إدارة التحرير الجديدة لموقع محيط غيرت بشكل كبير من تصميم الموقع ومن بينها الصفحة الرئيسة وقد أضافت وحذفت زوايا خلال المدة الثانية للبحث 2014 ، وكانت التغييرات والإضافات التي حدثت لصفحة محيط عن المدة الأولى 2012 كانت بالآتي:-

يعلو الصفحة إطار بلون رصاصي ضمَ (7) رسوم لأيقونات (الفيس بوك ، تويتر وجوجل ، ويوتيوب ، و(RSS) لجلب المعلومات ، عبر الموبايل والأي باد) والى وسط الإطار أدرج الوقت والتاريخ بالميلادي ، والى يسار الإطار وضع مكان للبحث في الموقع من قبل المتصفح.

وأسفله إطار بخلفية بيضاء اللون وهي مساحة مخصصة للإعلانات تجارية ووظائف وخدمات إعلامية أخرى ، وجاء بعده على اليمين (ترويسة) الموقع محيط وبجانبها باللغة العربية (شبكة الإعلام العربية) وأسفله بالإنكليزية (moheet.com)

---

[1] ينظر- ملحق رقم (2) النماذج موقع محيط للمدة الزمنية الأولى 2012

وعلى نفس الإمتداد ولليسار شريط يضم عناوين (وظائف خالية ، منتديات محيط ، كورابيا ، بتشوف ، جولولي ، لهن ، شملولة ، محيط مباشر).

وجاء أسفله إطار بلون رصاصي غامق أسماء صفحات الموقع (الرئيسية ، سياسة ، عربي ودولي ، حوادث ، رياضة ، صحة وطب ، ترجمة ، إقتصاد ، منوعات، فن ، علوم وتكنولوجيا ،ثقافة ، دين ، سياحة وسفر، تحقيقات وحوارات ...المزيد) وإسفله إطار بروابط سريعة (الإنتخابات الرئاسية ، الحد الأدنى للأجور ، السيسي ، حمدين صباحي ، حدث في مثل هذا اليوم ، حقوق الإنسان ، فيروس كورونا ، المصالحة الفلسطينية) ، وتحت هذه الإطارات تنقسم الصفحة الى قسمين وبعدة إطارات وزوايا وفق الآتي:-

أ.القسم الأيمن:يضم الأخبار الرئيسة لخمسة أخبار بصور متغيرة ، ويمتد أسفلها شريط صوري ثابت لأربعة أخبار منوعة ، وعلى يمين الصفحة بشكل عمودي تمتد عناوين إخبارية مع وقت التحديث لكافة الصفحات ، والى جانبه في الوسط مجموعة صور يرافقها عناوين لأخبار سياسية ومنوعة أخرى.

ويليهم زاوية بعنوان (الوطن العربي) وهي عبارة عن خريطة للبلدن العربية وعند النقر على اسم اي دولة يدخلك الموقع الى أخباره ، وهي زاوية موجودة في أثناء المدة الأولى وإستمرت في المدة الثانية لكن بحذف أعلام الدول الموجود أسفل الخريطة.

وأسفل الخريطة جاءت خدمة التواصل الإجتماعي لزاوية الفيس بوك ، وتويتر بنشر أخبار من محيط .

ب.القسم الأيسر: يحتوي القسم الأيسر للصفحة وبإتجاه عمودي لنهاية القسم الوسط للصفحة على عدة زوايا ، تبدأ بمساحة إعلانية يتغير مضمونها من وقت

لآخر، وأسفلها زاوية مختارات ويليها كاريكاتير بريشة إسلام رجب ، وأسفلها زاوية أوتار القلوب ، ثم بعدها تأتي أيضاً مساحة إعلانية ، وتحتها زاويتي أراء حرة و منطقة حرة، ثم تليهما مشاركات القراء.

ت. القسم الأسفل: القسم الأخير للصفحة يتكون من ثلاث زوايا جديدة هي(قالوا، فضائيات ، فيس وتويتر) تمتد على عرض الصفحة بشكل أشرطة صورية يرافقها عناوين إخبارية عامة ، ثم يليها خارطة الموقع التي تكون بخلفية سوداء تتضمن أسماء الصفحات والروابط السريعة والخدمات والتعريف والإتصال بالموقع.

وفي أسفل الصفحة يوجد شريط متحرك بلون أحمر بعناوين الأخبار إذ يبقى لن يختفي حتى لو تم تحريك الصفحة للأعلى أو الأسفل ، وإن إمتداد الصفحة الرئيسة (6) مرات بقدر شاشة الحاسوب ، ويرافق الصفحة الرئيسة على جانبيها الأيمن والأيسر إعلانين لخدمات متنوعة من وظائف ، وألعاب ، وسياحة ، والبرامج والإقتصاد ، وإتصالات وغيرها.[1]

ثالثاً: موقع راديو سوا (Radio Sawa)

بدأ راديو سوا بث برامجه في 23 مارس (آذار) من عام 2002 ، وتبث باللغة العربية على مدى 24 ساعة يومياً ولسبعة أيام في الأسبوع عبر محطات FM والموجات المتوسطة المنتشرة في جميع أرجاء المنطقة ، ويتم إعداد الأخبار والبرامج في

---

[1] ينظر- ملحق رقم (2) النماذج موقع محيط للمدة الزمنية الثانية 2014

استوديوهات (راديو سوا) في واشنطن العاصمة، فضلا عن شبكة واسعة من المراسلين في مختلف أنحاء الشرق الأوسط .

وتتبع شبكة (راديو سوا) لمكتب الإذاعات الدولية الأميركية ويتم تمويلها من قبل الكونغرس الأميركي.

وشأنها شأن وسائل الإعلام الأخرى أقام راديو سوا موقعاً إلكترونياً له ليتواصل مع مستمعيه عبر شبكة الإنترنت ، ويعد موقع (راديو سوا) محطة واحدة توفر للقارئ العربي الاطلاع على الأخبار بكافة فئاتها الإقليمية منها والدولية، فضلا عن متابعة أخبار الرياضة والعلوم والتكنولوجيا والصحة والفن والمنوعات الأخرى.(*)

وصف محتوى الصفحة الرئيسة لموقع راديو سوا :(*)

(Describe the content of the site Home Radio Sawa)

1. وصف الصفحة الرئيسة لموقع راديو سوا ـــــ 2012:-

تتميز الصفحة الرئيسة لموقع راديو سوا ببساطة التصميم والمحتوى ، إذ يعلوها إطار على عرض الصفحة بخلفية بلون برتقالي متداخل معه اللون الأبيض إحتلت ترويسة الموقع (راديو سوا) الجزء اليمين من الإطار بحروف إنكليزية بالألوان وفوقها بالعربية كلمة (سوا) والى يسار الإطار خدمة البحث في الموقع.

(*) المعلومات أستقت من صفحة (من نحن) التعريفية بموقع راديو سوا www. Radio sawa.com

(*) إعتمد الباحث على الملاحظة والمشاهدة لموقع راديو سوا www.radiosawa.com في وصفه محتوى الصفحة الرئيسة للموقع

والى الأسفل من الإطار العلوي شريط بأسماء صفحات الموقع وهي: (الرئيسية ، الشرق الأوسط ، العالم ، العراق ، مصر ، رياضة ، صحة ، علوم وتكنولوجيا ، ثقافة وفنون ، منوعات) وأسفله على اليمين التاريخ بالميلادي والتوقيت حسب غرينتش و يقابلها من اليسار عنوان مع رسم (سماعة صوت) مع كلمة البث الحي ، وسهم عند النقر عليه بالماوس يفتح عن عناوين للبث الحي لراديو سوا لثمان دول عربية منها العراق ، فضلاً عن البث لفضائيتي الحرة والحرة عراق.

بعد ذلك تقسم الصفحة الرئيسة إلى قسمين : يمين يشغل نحو ثلثي عرض مساحة الصفحة ، ويسار الصفحة نحو ثلث عرض الصفحة يمتد إلى نهايتها.

والقسمان يحتويان على الآتي:-

أ. القسم الأيمن: يضم صورة كبيرة للخبر الرئيس مع عنوان وجزء من النص ، والى يساره (5) عناوين لأخبار تتغير بالتحديث مع أخبار اليوم.

والى الأسفل من الأخبار الرئيسة ، عنوان (أخبار الشرق الأوسط) يشتمل على ثلاثة أخبار، أحدهما بصورة بحجم وسط مع عنوان وجزء من نص الخبر ، وأسفله أفقياً صورتان صغيرتان مع خبرين بعنوانين وجزء من نص الخبر ، وتحتهما عبارة (المزيد من أخبار الشرق الأوسط) لنفس اليوم أو للأيام السابقة.

ويأتي تحتهما عنوان (أخبار العالم) وهو أيضاً بالترتيب نفسه من حيث عدد الصور والأخبار.فيما يكون أسفلهما عنوانان مرتبان جنباً إلى جنب (أخبار مصر ، أخبار العراق) ويحتوي كل منهما على خبر واحد مع صورة بحجم وسط مع عنوان وجزء من متن الخبر. وأسفلهما عبارة (المزيد من أخبار مصر والعراق).

ويأتي عنوان الرياضة تحتهما ويضم (3) أخبار أحدهما الرئيس بصورة بحجم وسط وخبران بصورتين بحجم صغير مع عنوان وجزء من النص.

أما الجزء الأخير من القسم الأيمن للصفحة فأنه يضم عمودين بالصور لعناوين(صحة ، علوم وتكنولوجيا ، ثقافة وفنون ، منوعات) وتحتوي كل واحدة منهم على (3) أخبار مرتبة عمودياً مع صور بحجم صغير وعنوان وجزء من نص الخبر.

ب. القسم الأيسر: يشغل مساحة ثلث عرض الصفحة ويمتد بشكل عمودي الى نهاية الصفحة ، ويبتدأ بإطار مستطيل يضم صور مع عبارة (إستمع لراديو سوا) والى جانبه سهم عند النقر عليه تظهر إختيارات بإسم (8) دول عربية للإستماع الى البث الحي لراديو سوا ، ويأتي أسفله عنوان (الأكثر قراءة) ويضم (5) أخبار بالعنوان فقط تتغير مع قراءات زوار الموقع ، وتحته عنوان (أبرز الأخبار) ويضم صور بحجم وسط مع عنوان وجزء من نص الخبر.

ويأتي في نهاية القسم الأيسر عنوان (عبر عن رأيك) بواسطة خدمة (تويتر) و (الفيس بوك) الذي يضم مجموعة من الأخبار المنوعة بالصور بعضها والفيديو ، وإتاحة المشاركة والتفاعل مع الموقع عبر هذه الخدمة.

وتختم الصفحة الرئيسة التي طول إمتدادها (3) مرات بطول شاشة الحاسوب ، تصميمها بإطار عريض بخلفية بلون (رصاصي) يعلوه شريط بلون برتقالي ، حيث يضم الإطار أسماء الصفحات الرئيسة للموقع فضلاً عن ما يقدمه من خدمات مثل التعريف بالموقع وموجات البث والوظائف.[1]

2. **وصف الصفحة الرئيسة لموقع راديو سوا ـ 2014:-**

الموقع في المدة الثانية 2014 كان قد غير من تصميم الصفحة الرئيسة للموقع بزوايا أكثر وصور وملفات فيديو وصوت ، ومن المتغيرات التي طرأت تبديل لون خلفية إطار ترويسة الموقع مؤخراً بعد أن كانت بلون برتقالي الى الرصاصي الفاتح ،

---

[1] ينظر ملحق رقم (2) النماذج موقع راديو سوا للمدة الزمنية الأولى 2012

ويمتد أسفلها إطار أسود يتضمن أسماء الصفحات (الرئيسية ، هل قرأت هذا الخبر، سوا ما غازين ، عين على أمريكا ، تكنولوجيا، ثقافة وموسيقى ، رياضة ، قضايا إجتماعية ، المغرب العربي ، العراق ، مصر).

أ.القسم العلوي: تحت إطار الصفحات وعلى جهة اليمين تقع الأخبار الرئيسية عدد (5) بصور متحركة ذاتياً مع عنوان وجزء من متن الخبر ، والى جانبها (4) عناوين لأخبار ولليسار منه مساحة لخدمات الموقع ورسوم لأيقونات التواصل الإجتماعي (فيس بوك ، تويتر ، RSS ، البريد الإلكتروني والرسائل) .

ب.وسط الصفحة: في هذا الجزء من الصفحة وُضع عنوانين لصفحتين من الموقع ، الأولى (هل قرأت هذا الخبر؟) بشريط صوري متحرك ذاتياً مع عناوين إخبارية على عُرض الصفحة ، والثانية (ثقافة وموسيقى) لشريط صوري ثابت بعناوين لأخبار منوعة. ويليهما لجهة اليمين زوايا لصفحات الموقع تمتد لأسفل الصفحة بشكل متسلسل (سوا ماغازين ، عين على أمريكا ، علوم وتكنولوجيا ،قضايا إجتماعية ، أخبار منوعة ، أخبار الرياضة) وهي مرفقة بعناوين وجزء من متن الخبر وصور ، فضلاً عن رسوم دلالة صغيرة ترفق مع عنوان الخبر مثل (مكبرة الصوت وكاميرا الفيديو ، وكميرا الفوتوغراف) للدلالة عن الخبر مع مرفق ملف صوتي أو فيديو أو صور.

والى جهة اليسار إطار بلون برتقالي بعنوان (الأكثر قراءة) يضم عشرة عناوين أخبار مع رسوم تشير لوجود ملف فيديو أو صوتي أو صور مع الخبر ، وأسفله إطار بعنوان (مختارات من سوا ماغازين) وهي ملفات صوتية أرشيفية لبرامج إذاعة سوا ، ويليهما إطار بعنوان تابعونا على تويتر ، وآخر تواصلوا معنا على فيس بوك.

ت.أسفل الصفحة: نهاية الصفحة تتضمن خارطة الموقع بما يحتويه من صفحات وخدمات وهي بخلفية بيضاء اللون يعلوها إطار بلون برتقالي على يمينه رسم لأيقونة خدمة (RSS) ، ولليسار خدمة البحث ، وإمتداد الصفحة (5.5) مرة بطول شاشة الحاسوب.[1]

رابعاً: موقع إذاعة العراق الحر(Radio Iraqhurr)

في 30 تشرين أول 1998 إنطلق بث إذاعة العراق الحر من العاصمة التشيكية براغ كجزء من خدمات إذاعية موجّهة بلغات مختلفة تقدمها إذاعة أوروبا الحرة / إذاعة الحرية. وحسب صفحتها التعريفية بالموقع (من نحن) بأنها مستقلة و تدعم الديمقراطية وحقوق الإنسان المعروفة في الدول الديمقراطية.

توفر إذاعة العراق في موقعها أحيانا روابط بمواقع تديرها كيانات أو أفراد لا صلة لهم بالإذاعة وتؤكد بأن مستخدمي الانترنت لديهم حق الخصوصية الشخصية، وحق استخدام الانترنت والتجول بين مواقعه بلا مراقبة.[*]

وصف محتوى موقع إذاعة العراق الحر:[*]

(Describe the content of the site Home Radio Iraq Hur)

1. **وصف الصفحة الرئيسة لموقع إذاعة العراق الحر 2012:-**

[1] ينظر ملحق رقم (2) النماذج موقع راديو سوا للمدة الزمنية الثانية 2014

[*] المعلومات أستقت من صفحة (من نحن) التعريفية لموقع إذاعة العراق الحر www. Iraqhurr.com.

[*] إعتمد الباحث على الملاحظة والمشاهدة لموقع إذاعة العراق الحر www. Iraqhurr .com في وصفه محتوى الصفحة الرئيسة للموقع

الصفحة الرئيسة للموقع تبتدأ بإطار بخلفية بلون برتقالي جاء فيه الى اليمين وبخط بحجم صغير (مواقع شقيقة ، أهم القضايا ، الإنتخابات ، النتائج المعلنة) والى اليسار (تحديد اللغة ، ودعم جوجول).

إلى يمين الإطار تقع (ترويسة) الموقع (إذاعة العراق الحر) مع شعلة و أسفلها عنوان الموقع على الشبكة بالإنكليزية ، وأقصى اليسار خدمة البحث في الموقع.

ويمتد تحت إطار (الترويسة) شريط بأسماء الصفحات للموقع :(الرئيسية ، سياسة ، إقتصاد ، أمن ، مجتمع ، برامج ، وسائط متعددة) ، وكل صفحة لها فروع جانبية بعناوين أخرى .وأدرج الى اليمين التاريخ بالميلادي والوقت المحلي للعراق ، يقابله من الجانب الأيسر خدمة تفاصيل عن البث وعند النقر عليها يظهر إطار بعدد من العناوين ، مثل يبث الآن ، وعدد من حلقات برنامج نظرة على الأحداث (إعادة) بالصوت فقط ، ومواعيد البث ، والإستماع حسب الطلب ، وكيفية الإستماع والمساعدة التقنية .

بعد إطار الترويسة وأشرطة عناوين الصفحات والخدمة ، تُقسم الصفحة الى جزء علوي يضم قسمين:

أ.القسم الأيمن: يحتوي على آخر الأخبار تحت عنوان (قضايا رئيسية) لثلاثة أخبار مع صور بحجم وسط تتغير عند الوقوف على العنوان والنص المجاور للصورة .

ب.القسم الأيسر: يحتوي على إطار بخدمة الموقع (حمَل تطبيقاتنا الجديدة) وأسفلها عناوين فقط لتسعة أخبار مرتبة بشكل عمودي.

ويفصل الجزء العلوي عن الوسط وأسفل الصفحة شريط صوري متحرك ذاتياً لليمين واليسار لعدد من برامج الإذاعة الإسبوعية بتقارير صوتية مع نص

وصورة عند النقر عليها بالماوس.بعد ذلك يكون وسط الصفحة والى النهاية مُنقسم الى قسمين أيضاً:

القسم الأيمن: يضم عنوان (وسائط متعددة) يشتمل على صورة كبيرة لفيديو مع عنوان وجزء من النص ، وأسفله (6) صور صغيرة لمقاطع فيديو يمكن مشاهدتها عند النقر عليها بالماوس.

وأسفله (تقارير وتحقيقات) يمتد بشكل عمودي بصفين (10) من الصور الصغيرة الحجم مع عنوان ومعضمها تكون مرفقة بمادة صوتية.وهنا أُشير الى أن تصميم الصفحة قد تغير من الإدارة بالنسبة لـ (تقارير وتحقيقات) حيث كان في الأيام العشرة الأوائل من مدة البحث (1-6 وحتى 10-6-2012) يضم اكثر من (15) تقريراً بالصوت والعنوان وجزء من النص يظهر على الصفحة الرئيسة إلا أنه بعد ذلك تغير التصميم أواخر الشهر السادس بالشكل الجديد للتقارير والتحقيقات بعشر صور مع العنوان فقط.

ويأتي أسفله خدمة وتواصل الزوار مع الموقع كتبت بنص بإطار(تسمع ، ترى، تتكلم) إضغط هنا لتقديم إسهاماتك كملف صوتي أو فيديو أو صورة .

القسم الأيسر: يبدأ بخدمة التواصل مع الموقع بعدد من رسوم لأيقونات (فيس بوك ، وتويتر ، ويوتيوب ، والرسائل القصيرة ، والجوال ، والبريد الإلكتروني). وتحتها عنوان (في دائرة الضوء) يحتوي على صورة صغيرة مع عنوان وجزء من النص، مع عنوان لموضوع آخر.

وتحته يأتي إطار بخلفية صور من الصحف المحلية تحت عنوان (إستعراض الصحف) يضم ثلاثة عناوين فقط .وأسفله إطار بصورة من الربيع العربي تحت عنوان (المنطقة ورياح التغيير) ضم أربعة مواضيع ، الرئيس منه بصورة صغيرة مع

عنوان ونص ، والثلاثة الباقية عنوان فقط ، وأسفل ذلك عنوان (إستطلاع) بشأن قضية عراقية .

وتنهي الصفحة الرئيسة شكلها بإطار عريض بخلفية بلون رصاصي ، يمتد على عرض الصفحة يضم خارطة الموقع بالصفحات والبرامج والتعريف بالموقع وطرق الإتصال ومواعيد البث وخدمة التواصل الإجتماعي .

الألوان الرئيسة المستخدمة في الصفحة الرئيسة للموقع هي: اللون البرتقالي أستخدم خلفية مع إطار ترويسة الموقع من الأعلى ، وأيضاً مع الشريط العلوي في نهاية الصفحة مع أعلى خارطة الموقع .

واللون الرصاصي مع خلفية إطار خارطة الموقع ، والأسود مع عناوين الأخبار والنصوص ، ومع إطار(تفاصيل عن البث) ويبلغ طول إمتداد الصفحة (4) مرات.[1]

2. وصف الصفحة الرئيسة لموقع إذاعة العراق الحر 2014:-

لم يتغير تصميم الموقع كثيراً عن المدة الزمنية الأولى 2012 ، وإنما طور بعض الزوايا في صفحته الرئيسة ، فالترويسة للموقع كماهي بإطارها ذي اللون البرتقالي وأسماء الصفحات .

ومن التغييرات التي حصلت هي إضافة صور متحركة ذاتياً بمعدل ثلاثة مع عناوين أخبارها الرئيسية ، والى جانبها (5) عناوين لأخبار ، فيما كانت في المدة الأولى صورة ثابتة واحدة مع خبر ، والى جانبها ثلاثة عناوين إخبارية.

الى اليسار للصفحة هناك إستخدام جديد للموقع تحت زاوية (أخبار مصورة) وهي عبارة عن ملف فيديو لأخبار وتقارير عامة ومنوعة محلية وعربية ودولية ،

---

[1] ينظر:- ملحق رقم (2) النماذج موقع إذاعة العراق الحرللمدة الومنية الأولى 2012

وأسفلها زاوية إنتخابات 2014 ، وهـي تضـم أخبـار وتقـارير ، ونليهـا زاويـة (أنـا شاهد) وهي ما يرسله المتصفح للموقع من ملفات فيديو او صوت يكون فيها شاهداً لحدث ما.

واسفله أمتد وسط الصفحة شريط صوري لبرامج إسبوعية وهـي عبـارة عـن ملفات صوتية

ومن جديـد زوايـاه هـي (سياسـة وإقتصـاد) لـ(6) أخبـار مدعومـة بـالنص والصوت والصورة، واسفلها تأتي زاوية وسائط متعددة وهي موجودة أيضاً في المـدة الأولى للبحث ، وتأتي أسفلها زاوية (مجتمع وثقافة) بعرض (8) صـور مـع عنـاوين لأخبار منوعة وعامة .

أما يسار الصفحة وتحت الشريط الصوري لبرامج إسبوعية ، يع إطـار تابعونـا على مواقع الواصل الإجتماعي مع رسوم لأيقوناتها. وتحت خدمـة بتقنيـة الإختفـاء والظهور لتطبيقات اجهزة(آي باد وآي فون) ، وأفلها زاوية بعنوان في دائـرة الضـوء لموضوعين مع صورتين ، ويليها زاوية المنطقة ورياح التغيير بثلاثة مواضـيع وصـورة واحدة ، وأسفله إستطلاع من قبل الموقع.

أما اسفل الصفحة فلم يتغير عـن السـابق فضـم خارطـة الموقـع بالصـفحات والخدمات بخلفية بلون رصاصي ، وفوقها إطار برتقالي ضم مكان للبحـث ورسـوم أيقونات التواصل ، وقد كان إمتداد الصفحة الرئيسة (4) مرة.[1]

---

[1] ينظر:- ملحق رقم (2) النماذج موقع إذاعة العراق الحر للمدة الزمنية الثانية 2014

خامساً : موقع قناة الشرقية الفضائية (Alsharqiya satellite channel site)

قناة الشرقية هي جزء من مجموعة إعلامية أهلية وخاصة يديرها الإعلامي سعد البزاز ، وحسب التعريف من إدارة القناة على موقعها الالكتروني في صفحة (من نحن) إنها لا ترتبط بأية حكومة أو جماعة سياسية أو دينية . بدأت بثها منتصف شهر مايو 2004.

وهي قناة تلفزيونية خاصة تبث عبر ثلاثة أقمار صناعية، HOTBIRD، ARABSAT، NILESAT والقمر الاسترالي على مدى أربع وعشرين ساعة من كل من المدينة الإعلامية في دبي وستوديو العام للقناة في مدينة لندن وستوديو القناة في مدينة عمان ولديها مكاتب رئيسية في كلا من أربيل والقاهرة ودمشق وبغداد والبصرة .

للقناة التلفزيونية موقع على شبكة الانترنت يعرض الأخبار على مدار الساعة ويطرح قضايا الفنون والعلوم والمسابقات والثقافة ويفتح الباب للمناقشات ويقدم استطلاعات الرأي وهو باللغة العربية ويبدأ بالتوافق مع بدء البث الكامل للمحطة في منتصف شهر مايو 2004 . يعمل في قناة الشرقية أكثر من 400 صحفي وفني ومخطط برامج ومذيع ومراسل. (*)

(*) المعلومات أستقت من صفحة (من نحن) التعريفية لموقع قناة الشرقية www.alsharqiya.com.

وصف محتوى موقع تلفزيون الشرقية :(*)

(Describe the content of the site Home TV Al Sharqia)

1. **وصف الصفحة الرئيسة لموقع تلفزيون الشرقية ـ 2012**:-

تتكون الصفحة الرئيسة من الأعلى ، إطار بلون أخضر داكن تتوسطه ترويسة الشرقية بالعربية ، والى يسار الإطار كلمتي تلفزيون الشرقية بالإنكليزية (SHARQIYA TELEVISON) ، ويعلو إطار ترويسة موقع الشرقية شريط بلون برتقالي يحتوي على أسماء صفحات البرامج التي تبث من تلفزيون الشرقية وهي: (Face Tv ، أطراف الحديث ، أهل المدينة ، تراجي ، ظهيرة الجمعة ، كاريكاتير ، أغلبية صامتة ، فتيان الثورة ، فلان الفلاني ، هنا القاهرة ، الرأي السوداني ، وثائقي ، البث الحي) ، ويأتي شريط آخر أسفل ترويسة الشرقية يحتوي على أسماء صفحات الموقع (الرئيسة ، سياسة ، منوعات ، مال وأعمال ، رياضة ، مراسلون ، حوارات ، الحصاد ، الخلاصة ، أوقات البرامج ، البحث).والى يسار الشريط أيقونات التواصل مع الموقع (الرسائل القصيرة ، فيس بوك ، تويتر).

بعد إطار ترويسة الموقع وأشرطة الصفحات ، تُقسم الصفحة الى ثلاثة أقسام : أيمن ، ووسط الذي يشغل مساحة أكبر من القسمين الآخرين ، وأيسر ، رُتبت فيهم الصور وإطارات المواضيع بشكل عمودي حتى نهاية الصفحة، وفي أدناه وصف لمحتوى كل قسم.

أ. القسم الأيمن : يبتدأ بصورة لعلامة فيديو لتلفزيون الشرقية ، دلالة على إمكانية الدخول منها لمشاهدة البث الحي لها. وأسفل منه ترتبت العناوين التالية مع صورة لبرامج الشرقية وهي تسجيل فيديوى عند الدخول لها ، وبعض الصفحات

(*) إعتمد الباحث على الملاحظة والمشاهدة لموقع قناة الشرقية www. alsharqia.com في وصفه محتوى الصفحة الرئيسة للموقع

الأخرى صور مع نص ، وهي : (الحصاد ، الخلاصة ، تراجي ، أهل المدينة ، مراسلون ، FaceTv ، أطراف الحديث ، مال وأعمال ، رياضة ، منوعات) ، وهذه تتغير مع التحديث لكن ليس يومياً.

وأسفلهما يأتي أرشيف شهري للبحث في المواضيع والبرامج السابقة للشرقية ، ويمتد تحته عنوان (المواضيع الأكثر قراءة) إذ تضم (18) عنواناً لبرامج وأخبار ، تُحدث مع تغير القراءات.وأسفل منه إطار خدمة في الحصول على أخبار جريدة الزمان عبر البريد الإلكتروني.

ب. القسم الوسط: يضم أعلى هذا القسم الأخبار اليومية إذ يعرض صورة كبيرة مع عنوان الخبر تتحرك ذاتياً لتنتقل إلى الصور الست الأخرى الموجودة أسفل الصورة الكبيرة.

فيما يأتي أسفلها أشرطة صورية لبرامج الشرقية تتحرك بإتجاهين عند النقر على السهم الموجود بجانب الشريط لتُظهر الحلقات السابقة لكل برنامج ، إذ يضم شريط برنامج الخلاصة (21) فيديو ، وبرنامج ظهيرة الجمعة (9) فيديو ، وشريط برنامج كاريكاتير (9) فيديو ، وشريط برنامج أطراف الحديث (12) فيديو ، وشريط برنامج حوارات (12) فيديو.

وجاء أسفله عنوان (أحدث العناوين) الذي ترتب فيه (14) صورة بحجم وسط مع جزء من نص الخبر أسفل كل صورة خبر.

ت. القسم الأيسر: يبتدأ بصورة للشرقية نيوز إذ يمكن الدخول منها للبث الحي للقناة، وترتبت أسفل منه عناوين لبرامج الشرقية مع صورة من البرنامج وهو عبارة عن تسجيل فيديو عند الدخول إليه ، وهي:(إقتصاد الإسبوع ، الرأي السوداني ، صافة ، فتيان الثورة ، فلان الفلاني ، هنا القاهرة ، وثائقي).

وأسفلهما تأتي عناوين إستطلاع و خدمية ، مثا عنوان (تصويت) لمشاركة القـراء بالتصويت يشأن قضية معينة ، وأسفله عنوان (المواضيع) إذ يمكن الـدخول لهـذه المواضيع عـبر أسمـاء دول كتبـت تحـت العنـوان ، وتـأتي بعـدها خدمـة (Rss) الرسائل القصيرة للتواصل مع برامج الشرقية ، فضلاً عن خدمة الفيس بوك .

الجزء الأخير من الصفحة الرئيسة الذي شغل مساحة كبيرة نسـبياً خصصـت لعناوين (أهل المدينة ، الخلاصة ، سياسة ، أوقات البرامج) وعند النقر على أي واحد من هذه العناوين تظهر صفحة خاصة به بالصور مع النص لـ(سياسـة) وبالفيـديو لــ (أهل المدينة ، والخلاصـة) ، أمـا (أوقـات الـبرامج) فهـو جـدول بتوقيتـات بـبرامج الشرقية، وإمتداد الصفحة كان (8) مرات. [1]

2. وصف الصفحة الرئيسة لموقع تلفزيون الشرقية ــ 2014:-

الموقع لن يغير في تصميمه للصفحة الرئيسة وإنما بقي كما هو خـلال المـدتين ، ولكنه أضاف وحذف وبعض الزوايا في 2014 ، فأنه أضاف (4) أشرطة ملفات فيديو البرامج (طبعة محدودة ، المدفع ، السيد الرئيس ، فتيـان الثـورة) لتصـبح (9) أشـرطة فيما كانت (5) أشرطة للمدة الزمنية الأولى .

وحذف زوايا منها (أرشيف شهري ، والمواضيع أكثـر قـراءة ، ودليـل أوقـات البرامج) من الصفحة الرئيسة خلال 2014 ، ومضيفاً ، خدمة الحصول علـى أخبـار الزمان عبر البريد الإلكتروني مع إسـتمرار وجـود زاويةخدمـة فـيس بـوك و(RSS) وزاوية للتصويت.

[1] ينظر:- ملحق رقم (2) النماذج موقع تلفزيون الشرقية للمدة الزمنية الأولى 2012

وكان إمتداد الصفحة الرئيسة (6) مرات بطول شاشة الحاسوب ، وختم نهاية الصفحة بإطار بحث بلون برتقالي مع كلمة الشرقية بالإنكليزية على يسار الموقع.[1]

سادساً: الوكالة الوطنية العراقية للأنباء (نينا)

Agency National Iraqi News

بدأت الوكالة الوطنية العراقية للأنباء (نينا) وهو المختصر لأسم الوكالة ، في 15 تشرين الأول (أكتوبر) عام 2005 في بغداد ، وأسست لها مكتب رئيسي داخل بغداد العاصمة ليتعايش كادرها مع الأحداث اليومية الدراماتيكية التي تحصل هناك وحسب ما ذكرته الوكالة في صفحتها (من نحن) : إن (نينا) حالياً تزود وسائل الإعلام والمنظمات غير الحكومية والقطاعين العام والخاص بالمعلومات والأخبار من خلال الاشتراكات.[*]

وفي أيار (مايو) 2006 تقرر أن يكون الدخول إلى موقعها والاستفادة من إخبارها مقابل اشتراك وذلك لكي تمول نفسها ذاتياً ولكي تحافظ على استقلاليتها حسب ما ذكرته في صفحة (من نحن)، ولهذا السبب ولتحقيق إيرادات لتغطية نفقاتها أطلقت نينا أيضا مشروع شبكة انترنت تغطي أنحاء العاصمة بغداد ليصبح مصدر دخل آخر لها.

في 22 كانون الأول ديسمبر 2007 أطلقت (نينا) موقعها الجديد www.ninanews.com وتعمل على إضافة خدمة جديدة باللغة الكردية وهي اللغة الثانية الرسمية في بلد يتكون من القوميتين الرئيسيتين العربية والكردية .

---

[2] ينظر:- ملحق رقم (2) النماذج موقع تلفزيون الشرقية للمدة الزمنية الثانية 2014

[*] معلومات أستقت من صفحة (من نحن) التعريفية لموقع نينا www.ninanews.com

وصف محتوى الصفحة الرئيسة لموقع الوكالة :[*]

Description of the main content of the page and the site of the news agency (Nina)

1. **وصف الصفحة الرئيسة لموقع وكالة نينا للأنباء ــ 2012 :-**

يعلو الصفحة الرئيسة إطار يمتد على عرض الصفحة بخلفية بلـون رصاصـي ، من جهة اليمين ترويسة الموقـع بـالحروف المختصـرة بالإنكليزيـة والعربيـة (NINA) (نينا)، والى الوسط وبخط بلون أحمـر باللغـة العربيـة والإنكليزيـة يقـع أسـم الوكالـة (الوكالة الوطنية العراقية للإنباء) (National Iraqi News Agency) ، والى اليسـار إطار إختيار اللغة (عربي ، كردي ، إنكليزى) وأسفله خدمة دخول المشتركين .ويمتـد شرط متحرك بخلفية سوداء بمؤشر بورصة الشركات ، واسفله شريط بلون رصاصـي على يمينه عنوان الصفحة الرئيسة والى الوسط خدمـة البحـث والبحـث المتقـدم ، والى يساره عناوين (الإشتراك ، حول نينا ، الإتصال بنا).

تنقسم الصفحة الرئيسة الى ثلاثة أقسام :-

أ.القسم الأيمن : ضم في محتواه دليلاً لصفحات الموقع الي جاءت تحـت عنـوان قائمـة الأخبار وهي: (سياسية ، أمنية ، إقتصادية ، رياضية ، تقارير وتحقيقات ، صحافة، عامة ، سوق الأوراق المالية ، البوم صور). وجاء تحته عنوان (مكتبات الكترونية) ومخططين لجداول بأسعار العملات ، ومؤشر الأسواق العراقية).

---

[*] إعتمد الباحث على الملاحظة والمشاهدة لموقع نينا www.ninanews.com في وصفه محتوى الصفحة الرئيسة للموقع

ب.القسم الوسط: وهو القسم الذي يشغل مساحة أكبر من باقي القسمين الآخرين ، يبتدأ بأربع صور تتحرك ذاتياً مع جزء من نص الخبر وهي أخبار ليست بتاريخ اليوم ، وأسفلها تمتد عمودياً ثلاثة أخبار بصور صغيرة مع جزء من متن الخبر ، ثم يأتي بعدها بترتيب عمودي أربعة عناوين لأخبار لكل من أقسام الموقع(السياسية، الأمنية ، الاقتصادية ، الرياضية ، تقارير وتحقيقات ، صحافة ، عامة) وهي أخبار بتاريخ الأمس، كون أن الوكالة تعتمد على إتاحة الدخول على الأخبار للمشتركين فقط .

ت.القسم الأيسر: يتضمن أحدث عناوين الأخبار بتاريخ اليوم وهي مشفرة لا يسمح الدخول لها ألا للمشتركين بخدمة الأخبار، تضم (35) عنواناً مرتبة بشكل عمودي إلى وسط الصفحة الرئيسة.

الجزء الأسفل من الصفحة الرئيسة يمتد عرضياً لعنواني سوق العراق للأوراق المالية ، وتفاصيل حالة السوق حيث جاء تحتهما بالجداول الأكثر صعوداً وهبوطاً بالنسبة لأسهم الشركات العراقية ، وأسفله تمتد بشكل عرضي (6) صور إخبارية صغيرة الدخول إليها فقط للمشتركين ، وتحتها شريط بسيط بخارطة الموقع ، وإمتداد الصفحة الرئيسة (5) مرات.[1]

2. وصف الصفحة الرئيسة لموقع وكالة نينا للأنباء ـــ 2014:-

موقع وكالة نينا للأنباء لم يغير من تصميم موقعه ولم يطور من الصفحة الرئيسة من حيث إضافة زوايا وإطارات ووسائط أخرى وإنما بقي الموقع كما هو خلال مدتي البحث ، والملاحظ إن الموقع ومن خلال تحليل محتوى الصفحة الرئيسة فإنه إستخدم الإعلانات والنصوص والرسوم المتحركة خلال فترة الإنتخابات البرلمانية في مساحاته

[1] ينظر:- ملحق رقم (2) النماذج موقع وكالة الأنباء نينا للمدة الزمنية الأولى 2012

الإعلانية ، وأيضاً من السلبيات ورود النص بشكل معكوس لايمكن للمتصفح قراءته مع الأخبار الأربعة المرفق معها صور متغيرة لزاوية آخر الأخبار.

فضلاً عن بقاء مساحة فارغة من الصفحة الرئيسة لم تستغلها إدارة الموقع بزوايا جديدة وصور وإطارات لمواضيع تضفي جمالية للصفحة وحيوية بدلاً من أن تكون صماء.[1]

[1] ينظر:- ملحق رقم (2) النماذج موقع وكالة الأنباء نينا للمدة الزمنية الثانية 2014

المبحث الثاني

إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية

second research: Multimedia applications websites

أولاً: إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية

للمدة الزمنية الأولى(حزيران ، تموز ،آب) 2012

لمعرفة إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والعراقية عينة البحث (العربية نت ، شبكة الإعلام العربية ـ محيط ـ ، راديو سوا ، إذاعة العراق الحر ، تلفزيون الشرقية ، وكالة نينا) ، قام الباحث بمسح وتحليل المواقع أعلاه لمدة (30) يوماً من مجموع المدة الزمنية الأولى البالغة ثلاثة أشهر(حزيران ، تموز ، آب) لسنة 2012، بطريقة الشهر الصناعي التي تم ذكره في منهجية البحث في الفصل الأول من الدراسة ،إذ طبق الباحث الفئات في إستمارة التحليل للتوصل إلى إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية ، عينة البحث ، وفق خمس فئات أساسية هي: (النص ، الصورة ، الفيديو، الصوت ، الرسوم) والتي تتفرع منها عدة إستخدامات كما مشار لها في إستمارة التحليل المرفقة في الملاحق.(*)

وللوصول إلى النتائج للمدة الزمنية الأولى(حزيران ، تموز ، آب) 2012 قام الباحث بتحليل الفئات كل فئة على إنفراد وفق البيانات والجداول الآتية :-

(*) ينظر:- الملحق رقم (1)

1. إستخدامات النص (Uses text):-

إذا كان بالإمكان الإستغناء أحياناً عن بعض الوسائط المتعددة في الإعلام التقليدي فإن الإعلام الإلكتروني يعتمد بشكل كبير على إمكانيات الوسائط المتعددة في العمل الإعلامي والإتصالي لذا يعد النص من الوسائط المتعددة التي لا يمكن الإستغناء عنها ليس في الإعلام التقليدي فقط وإنما حتى في الإعلام الإلكتروني ، على الرغم من وجود الوسائط المتعددة الأخرى مثل ، الصورة والصوت والفيديو والرسوم،إذ مازالت الرسالة الإعلامية لا يمكن لها أن تكتمل بدون نص مكتوب أو مسموع أو مرئي ، وهكذا الحال بالنسبة للمواقع الإلكترونية فالنص مازال يشكل الواسطة الأساسية في إيصال المعلومة للمتلقي إضافة للوسائط الأخرى المرافقة له.

من خلال عملية المسح والتحليل لإستخدامات النص في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الأولى(حزيران ، تموز ، آب) 2012 الذي يوضحها الجدول (1) أدناه كانت مجموع التكرارات والنسبة المئوية لفئة النص وإستخداماته فيها بالآتي:-

جدول (1)

يبين إستخدامات النص في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الأولى

2012

المصالح المادية والمعنوية	الرواتب		ساعات عمل اضافية		مكافآت وتقديرات معنوية		طريقة زيادة المهارات		وسائل اخرى		المجموع	
درجة الأهمية	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	12	36,4	9	27,3	7	21,2	4	12,1	1	3	33	100
2	4	18,2	3	36,4	6	27,2	2	9,1	2	9,1	22	100
3	3	25	5	41,7	1	8,3	3	25	صفر	صفر	12	100
4	2	20	4	40	3	30	1	10	صفر	صفر	10	100
5	صفر	صفر	1	50	1	50	صفر	صفر	صفر	صفر	2	100
المجموع	21	26,5	27	34,2	18	22,8	10	12,7	3	3,8	79	100

أ.النص لعنوان ثابت(Text to a static address):-

لم يحظ بأية تكرار ونسبة مئوية موقع (العربية نت) وهذه النتيجة ليس معناها أنه لا يوجد عنوان ثابت وإنما جاء نص العنوان مع إستخدامات أخرى كالصورة أو الفيديو ، وجاء موقع (محيط) بـ(9) تكرار بنسبة 6.97% ، فيما جاء موقع راديو سوا بواقع (15) تكراراً وبنسبة مئوية11.62٪ ، وحقق موقع إذاعة العراق الحر (24) تكراراً وبنسبة مئوية 18.60٪ ، وتلفزيون الشرقية (18) تكراراً بنسبة مئوية 13.95٪ ، فيما وكالة نينا (63) تكراراً بنسبة مئوية 48.83٪.

ومن البيانات أعلاه كانت وكالة (نينا) في المرتبة الأولى وذلك كونها وكالة إخبارية تعتمد على نشر الأخبار المحلية الكثيرة عبر مراسليها ، وفي المرتبة الثانية موقع إذاعة العراق الحر وفي المرتبة الثالثة موقع الشرقية.

وهذه ربما لا تعد ميزة حسنة للموقع مع إستخدام الوسائط المتعددة للنص بما يجذب المتلقي عبر تقنية الحركة أو الإختفاء والظهور.

ب. النص لعنوان متغير(The text of the address of a variable):-

من مجموع التكرارات والنسبة المئوية يتضح أن موقع محيط جاء بالمرتبة الأولى في إستخدام النص مع عنوان متغير بـواقع (50) تكراراً وبنسبة مئوية 76.92٪ وذلك لأن موقع محيط وعلى صفحته الرئيسة يستخدم في زاوية له تحت عنوان (محيط مباشر) عناوين متغيرة على مدار الساعة ، ويليه بالمرتبة الثانية موقع العربية نت جاء بـواقع (15) تكراراً بنسبة مئوية 23.07٪ ،إذ إستخدمه موقع العربية نت في صفحته الرئيسة بزاوية (إختيارات القراء) للأخبار والمواضيع الأكثر قراءة وتعليقاً ومشاركة في اليوم والأسبوع والشهر ، فيما لم تحقق المواقع الإلكترونية (سوا وإذاعة العراق الحر) الناطقين بالعربية ، والمواقع العراقية (تلفزيون الشرقية ، ووكالة نينا) أية قيمة تكرار،

وهذا ما يحتسب سلباً على المواقع الإلكترونية العراقية والناطقة بالعربية إذ أنها لاتستخدم التقنية المتحركة في التصميم لجذب الزائر وتعتمد على التصميم التقليدي الثابت لذا كان نص العنوان المتغير ليس له إستخدام في هذه المواقع.

ت.النص لشريط متحرك(Text to bar moving):-

ثُبين بيانات الجدول أن موقعي العربية نت ، ومحيط كانا متساويين في مجموع التكرارات إذ جاءا بـ(1) تكرار وبنسبة مئوية 50٪ لكل منهما ، فيما موقع (راديو سوا، وإذاعة العراق الحر، تلفزيون الشرقية ، ووكالة نينا) لم يحظوا بأية تكرار ونسبة مؤوية ، لأن موقعي العربية نت ومحيط إستخدما الشريط المتحرك بنص عناوين الأخبار والمواضيع المهمة والعاجلة على صفحتهما الرئيسة وهو إستخدام يضيف للموقع الجاذبية وشد الإنتباه من قبل المتصفح بعكس المواقع الأخرى التي لم تستخدمه على صفحتها الرئيسة.

ث. النص مع الصورة الثابتة(Text with still image):-

تشير بيانات الجدول (1) أعلاه إلى أن موقع العربية نت جاء بالمرتبة الأولى بإستخدام النص مع الصورة الثابتة على صفحته الرئيسة بمجموع (55) تكراراً بنسبة 35.48٪ ، وجاء ثانياً موقع محيط بمجموع (44) تكراراً بنسبة مؤية 28.38٪ ، فيما جاء ثالثاً موقع راديو سوا بواقع(25) تكراراً بنسبة 16.12٪ ،ورابعاً موقعي (تلفزيون الشرقية والعراق الحر) بـ(14) تكراراً وبنسبة 9.03٪ لكلٍ منهما ، وخامساً موقع (وكالة نينا) بـ(3) تكرار بنسبة 1.93٪ ، والتباين في هذا الإستخدام يعود لطبيعة الصفحات الرئيسة من حيث تصميمها وإخراجها وكمية الأخبار والموضوعات والمعلومات المنشورة فيها ، فأغلب المواقع يعتمد على نشر الصور المرافقة للمعلومة لتأكيد الخبر أو إضافة الجمالية ، وفي هذا الإستخدام تساوى موقعي (الشرقية وإذاعة

العراق الحر) في إستخدام النص مع الصورة الثابتة على صفحتيهما الرئيستين وذلك لإستخدامهما الصور الثابتة مع عناوين الأخبار والزوايا الموجود على الصفحة الرئيسة فيما كان إستخدام (نينا) للنص مع الصورة الثابتة فقط في عناوين الأخبار الرئيسة الثلاثة لها.

ج. النص مع صورة متغيرة(Text with a picture of a changing):-

إحتل موقع محيط في هذا الإستخدام المرتبة الأولى بمجموع (30) تكراراً بنسبة 46.87٪ ، وذلك لإستخدام الموقع الصور المتغيرة مع أخباره الرئيسة التي يُحدثها على مدار الساعة ، فيما جاء ثانياً موقع (العربية نت) بمجموع (21) تكراراً وبنسبة 32.81٪ ، حيث إعتمد الموقع أيضاً على عرض الصورة المتغيرة مع نص كل خبر في أخباره الرئيسة وتُحدث هذه الصور مع تحديث الأخبار على الصفحة الرئيسة.

وجاء بعده موقع تلفزيون الشرقية بـ(6) تكرار بنسبة 9.37% ، ويليه موقع وكالة نينا بـ(4) تكرار بنسبة 6.25٪ ويليه موقع (إذاعة العراق الحر بـ(3) تكرار بنسبة 4.68٪ ، وأخيراً (راديو سوا) بلا قيمة ، وهذا يعني ان الموقع لم يستخدم تقنية عرض الصورة المتغيرة مع أخباره الرئيسة مكتفياً بالصور الثابتة .

ومن بيانات النسب نستدل على أن إستخدامات النص مع صورة متغيرة في المواقع العراقية والناطقة بالعربية لم يكن بمجموع كبير كونها تستخدمه فقط مع أخبارها الرئيسة على الصفحة والذي يكون عدد الصور المتغيرة مع نص العنوان ثابت في تصميم كل موقع فالبعض يستخدم (6) صور كما في الشرقية والبعض يستخدم (4) كما في وكالة (نينا) او (3) صور كما في إذاعة العراق الحر.

ح. النص مع الفيديو(Text with video):-

في هذا الإستخدام جاء (موقع العربية نت) في المرتبة الأولى بمجموع (12) تكراراً بنسبة 92.30٪ ، وذلك كون موقع العربية نت قد خصص زاوية (شاشة العربية اليوم) على صفحته الرئيسة ضمت (12) فيديو تتغير مع التحديث ، وجاء بعده (موقع العراق الحر) بـ(1) تكرار بنسبة 7.69٪ ، وهذه النسبة جاءت ضمن زاوية (وسائط متعددة) على الصفحة الرئيسة ، إعتمدها الموقع بنشر لقطات الفيديو المأخوذة بكاميرا المتلقين الذي يدعوهم الموقع لإرسال مالديهم من صور ومقاطع فيديو لنشرها في هذه الزاوية أو من خلال مراسلي الموقع أو من مأخوذة من وكالات أخرى.

فيما المواقع الأخرى لم تسجل اي تكرار ونسبة مئوية في هذا الإستخدام وذلك لأن موقعي (محيط وراديو سوا) لم يخصصا على صفحتيهما الرئيسة زاوية خاصة لواسطة الفيديو مع الأحداث والمعلومات المعروضة ، إلا أنه ومع عدم وجود زاوية خاصة بالفيديو لموقعي محيط وسوا فإنهما يستخدمان هذه الواسطة مع بعض الأخبار أو الموضوعات الأخرى على الصفحة الرئيسة بالإشارة(كتابة أو رمزاً) للدلالة على أن هناك فيديو مرفق.

أما موقعي الشرقية و(نينا) لم يحصلا على أي تكرار ونسبة مؤوية ، وذلك لأن واسطة الفيديو لا تُستخدم مع ماينشر من أخبار ويعتمدان فقط النص والصورة في أغلب الأحيان ، وما تنشره الشرقية من فيديو على موقعها هو ملفات أرشيفية لبرامجها التي تعرض من على الفضائية .

خ. نـص بتقنيـة الإختفـاء والظهـور(Text technology disappearance and appearance):

هذا الإستخدام لم يستخدم مع المواقع بشكل كبير وقد سجلَ موقع عربية نـت مجموع (2) تكراراً بنسبة 100٪ ، فيما المواقع الأخـرى لم تسـجل أيـة تكـرار ونسـبة مؤوية، وحتى النسبة التي حققها موقع العربية نـت لم تكـن بإسـتخدام الـنص بتقنيـة الإختفاء والظهور مع عناوين الأخبار أو المعلومات الأخـرى وإنمـا كانـت مـع نـص إعلانات مكتوبة لبرامج العربية وخدماتها التي تطرحها على المتلقي والتي كانت تحتل الإطار في أعلى الصفحة بجانب ترويسـة الموقـع ، و في الجـزء الأعلـى للصـفحة مـن الجانب الأيسر بمحاذاة الأخبار الرئيسة.

بعد معرفة مجموع التكرارات والنسبة المئوية لواسطة النص بإستخداماتها السبعة، كل فقرة على إنفراد حسب كل موقع إلكتروني وفق الجدول (1) أعلاه ، فأن المجموع الكلي والنسبة المئوية لجميع فئات واسطة النص وفق النتائج النهائية في إستخدامات واسطة النص بالآتي: إذ إحتل موقع محيط المرتبة الأولى بمجموع كلي (134) تكراراً وبنسبة 31.16٪ ، وجاء ثانياً موقع العربية نت بمجموع كلي (106) تكراراً وبنسبة 24.65٪ ، وفي المرتبة الثالثة موقع (وكالة نينا) بـ (70) تكراراً بنسبة 16.27٪ ، ويليه موقع اذاعة العراق الحر بـ (42) تكراراً بنسبة 9.76٪ ، وبعده جاء موقع راديو سوا بمجموع كلي (40) تكراراً وبنسبة 9.30٪، وأخيراً موقع تلفزيون الشرقية بمجموع (38) تكراراً بنسبة 8.83%.

وحقق موقع محيط هذه النتيجة من خلال إستخداماته للنص مع عنوان مـتغير ومع الصور الثابتة والمتغيرة و شريط متحرك ، الذي يتميز الموقع بإستخدامها أكثر من باقي المواقع الأخرى.

جدول (2)

ت	الموقع الالكتروني	النص		الترتيب
		تكرار	٪	
1	محيط	12181	62.96	1
2	وكالة نينا	2887	14.92	2
3	العربية نت	2389	12.34	3
4	راديو سوا	1123	5.80	4
5	إذاعة العراق الحر	466	2.40	5
6	تلفزيون الشرقية	301	1.55	6
الجموع		19347	100	

يوضح مجموع تكرارات النص في المواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الأولى 2012

الجدول(2) أعلاه يوضح مجموع التكرارات والنسبة المؤية للنص الذي إستخدمته المواقع العربية والناطقة بالعربية والعراقية ، كلٍ على حدة ، التي جاءت من مجموع نصوص الأخبار والتقارير والآراء وأي موضوع يحتوي على نص خلال المدة الزمنية الأولى للبحث ، إذ جاء موقع (محيط) بالمرتبة الأولى بمجموع (12181) تكراراً وبنسبة 62.96٪ وذلك كون أن الموقع الأكثر نشراً للأخبار من بين المواقع الأخرى ، ويأتي موقع(وكالة نينا) بالمرتبة الثانية بمجموع (2887) تكراراً بنسبة 14.92٪ ، وذلك كون أن الموقع وكالة إخبارية تعتمد على شبكة مراسلين فضلاً عن

إنها تعتمد على بيع الأخبار للمشتركين فقط ومن ثم في اليوم التالي تنشر تفاصيلها على الموقع.

وجاء ثالثاً موقع (العربية نت) بمجموع (2389) تكراراً بنسبة 12.34٪ ، ويليه في المرتبة الرابعة موقع راديو سوا بمجموع(1123) تكراراً بنسبة 5.80٪. وخامساً (إذاعة العراق الحر) بمجموع (466) تكراراً بنسبة 2.40٪ ، وسادساً موقع (تلفزيون الشرقية) بمجموع (301) تكرار بنسبة 1.55٪.

ومن البيانات نستدل على أن المواقع الإلكترونية لإذاعات وفضائيات ليست بالضرورة تلبي غاية المتلقي من الأخبار والمواضيع على الرغم من إنها تعتمد على أخبارها ومواضيعها على ما تنقله من الفضائية أو الإذاعة.

2. إستخدامات الصورة(Uses the image):-

الصورة واحدة من إستخدامات الوسائط المتعددة لما تضيفه من حقائق وجمالية ، وأغلب المواقع الإلكترونية لم تستغن عن الصورة بكل أنواعها الثابتة أو المتغيرة بفضل تقنيات برامج الحاسوب ، والجدول (3) أدناه يوضح مجموع تكرارات والنسب المؤوية لإستخدامات الصورة في المواقع العربية والناطقة بالعربية والعراقية.

جدول (3)

يبين إستخدامات الصورة على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الأولى 2012

ت	الموقع الالكتروني	صور ثابتة		صور متغيرة		شريط صوري متحرك		شريط صوري متحرك مع فيديو		صورة كاريكاتير		صورة إعلان		صورة بيانية		المجموع الكلي	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
1	العربية نت	56	29.78	6	20.86	5	62.5	2	25.0	6	54.54	3	.050	4	33.33	82	.2931
2	محيط	58	30.85	10	34.48	1	12.5	0	0	5	45.45	3	.050	1	8.33	78	29.77
3	راديو سوا	21	11.17	0	0	1	12.5	0	0	0	0	0	0	0	0	22	8.39
4	العراق الحر	12	6.38	3	10.34	1	12.5	1	12.5	0	0	0	0	0	0	17	6.48
5	التلفزيون الشرقية	32	17.02	6	20.86	0	0	5	62.5	0	0	0	0	3	.025	46	17.55
6	وكالة نينا	9	4.78	4	13.79	0	0	0	0	0	0	0	0	4	33.33	17	6.48
	المجموع	188	100	29	100	8	100	8	100	11	100	6	100	12	100	262	100

أ.الصورة الثابتة(Still image): -

جاء موقع (محيط) بالمرتبة الأولى بمجموع (58) تكراراً بنسبة 30.85٪ ، وبالمرتبة الثانية موقع (العربية نت) بمجموع (56) تكراراً بنسبة 29.78٪، وبالمرتبة الثالثة موقع (تلفزيون الشرقية) بمجموع (32) تكراراً بنسبة 17.02٪ ، ويليه رابعاً موقع (راديو سوا) بمجموع (21) تكراراً بنسبة 11.17٪ ، وخامساً (العراق الحر) بمجموع (12) بنسبة 6.38٪ ، وسادساً (وكالة نينا) بمجموع (9) تكراراً بنسبة 4.78٪.

تباين النسب في إستخدام الصورة الثابتة على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية يعتمد على تصميم الموقع وما ينشره من صور ترافق العناوين والنصوص فضلاً عن اخباره الرئيسة التي يميزها بصور كبيرة الحجم ، بالإضافة الى ان بعض المواقع الإلكترونية تكون صفحتها الرئيسة بنحو (ثلاث الى ست) مرات من طول شاشة الحاسوب وهذا ما يجعلها تستوعب أكثر عدد من الصور.

ب.الصورة المتغيرة(Changing the image):-

في هذا الإستخدام جاء موقع (محيط) بالمرتبة الأولى بمجموع (10) تكراراً وبنسبة 34.48٪ ، وبالمرتبة الثانية موقع (العربية نت وتلفزيون الشرقية) بمجموع (6) تكرار وبنسبة 20.86٪ لكلٍ منهما ، وبالمرتبة الثالثة (وكالة نينا) بمجموع (4) تكرار بنسبة 13.79٪ ورابعاً موقع (العراق الحر) بـ(3) تكرار بنسبة 10.34٪ ، والفرق في الترتيب جاء بناءً على ما تستخدمه المواقع من صور متغيرة لأخبارها الرئيسة التي ترافقها صور تتغير تلقائياً او بالنقر على السهم المجاور للصور مع عناوين الأخبار الرئيسة.

فيما (راديو سوا) لم يحصل على اية تكرار ونسبة مؤوية ، حيث لم يستخدم الموقع الصور المتغيرة واعتماده فقط على الثابتة لبساطة الموقع.

ت.الشريط الصوري المتحرك(Tape the picture moving):-

موقع العربية نت كان أكثر استخداماً له في عدة أماكن من الصفحة الرئيسة مع عدة موضوعات ، إذ جاء بالمرتبة الأولى بمجموع (5) تكرارات بنسبة 62.5٪ ، ويليه مواقع (محيط وراديو سوا وإذاعة العراق الحر) بـ(1) تكرار وبنسبة 12.5٪ لكل منهم ، إذ إستخدمت هذه المواقع شريط صوري متحرك واحد مع أخبارها بالنسبة لمحيط وسوا أما العراق الحر فإستخدمت هذه الميزة بشريط صوري متحرك على صفحتها الرئيسة مع برامجها التي تبثها من الإذاعة.

أما موقعا تلفزيون الشرقية و(نينا) لم يسجلا أي قيمة ونسبة مؤوية في هذا الإستخدام ، وذلك لأنهما إعتمدا فقط على الصورة الثابتة والمتغيرة.

ث.شريط صوري متحرك مع فيديو(Bar Image with a moving video):-

في هذا الإستخدام جاء موقع (تلفزيون الشرقية) أولاً بمجموع (5) تكرار بنسبة 62. 5٪ إذ أنه إستخدمت الشريط الصوري المتحرك مع الفيديو لبرامجها التي تعرض على الفضائية ، وجاء موقع (العربية نت) بـ(2) تكرار بنسبة مئوية 25٪ ؛ وذلك لإستخدامها على صفحتها الرئيسة شريطين صوريين مع فيديو للأحداث للشاشة العربية اليوم وشاشة العربية الحدث ، وجاء ثالثاً موقع (العراق الحر) بـ (1) تكرار بنسبة 12.5٪ ، أما (محيط وراديو سوا ونينا) لم يحصلا على أي تكرار ونسبة مؤوية لعدم إستخدامهم ملفات فيديو على الصفحة الرئيسة.

ج.صورة كاريكاتير(Image Caricature):-

في هذا الإستخدام جاء موقع (العربية نت) في المرتبة الأولى بمجموع (6) تكراراً بنسبة 54.54٪ ، ويليه موقع محيط بـ(5) تكرار بنسبة 45.45 ٪ ، وهما الموقعان

الوحيدان اللذان إستخدما الكاريكاتير على صفحتهما الرئيسة فيما بقية المواقع الأخرى كانت (0) لم تستخدمه نهائياً حتى في صفحاتها الداخلية.

ح.صورة إعلان (Image announcement):-

صورة الإعلان لم تكن بمجموع كبير في أغلب المواقع الإلكترونية وذلك لثقافة المعلن الذي يرى أن المواقع الإلكترونية لم تكن جماهيرية وليست في متناول الجميع كالصحف والفضائيات وهذا ما تشكو منه اغلب المواقع التي تعتمد على التمويل الذاتي لإصدارها ، وما موجود من إعلانات هي خدمية يقدمها الموقع ليعلن عن ترويج لخدمات عامة لمتصفحي موقعه.

وفي هذا الإستخدام كانا موقعي العربية نت ومحيط بمجموع (3) تكرار وبنسبة 50٪ لكل منهما فيما المواقع الأخرى لم تسجل أية تكرار ونسبة مؤوية.

خ.الصورة البيانية(Image graphs):-

في هذا الإستخدام جاءت الصورة البيانية التي توضح لموضوع اقتصادي او المناخ او خدمة لموقعي (العربية نت ووكالة نينا) بالمرتبة الأولى بمجموع (4) تكرار بنسبة 33.33٪ لكلٍ منهما ، ويليه ثانياً موقع(تلفزيون الشرقية) بمجموع (3) تكرار بنسبة 25٪ ، وثالثاً موقع (محيط) بمجموع (1) تكرار بنسبة مئوية8.33٪ ، فيما بقية المواقع لم تسجل أي تكرار ونسبة مئوية.

مما تقدم يتبين إن إستخدامات الصورة في المواقع الإلكترونية عينة البحث في كافة الإستخدامات للصورة الثابتة أو المتغيرة أو التي جاءت مع شريط صوري متحرك أو مع صورة كاريكاتير أو مع إعلان أو صورة بيانية وحسب الجدول (3) أعلاه كانت وفق الترتيب الآتي:-

بالمرتبة الأولى جاء موقع (العربية نت) بواقع (82) تكراراً بنسبة مئوية 31.29٪، وبالمرتبة الثانية موقع (محيط) بواقع (78) تكراراً بنسبة مئوية 29.77٪ ، وبالمرتبة الثالثة تلفزيون الشرقية بمجموع (46) تكراراً بنسبة مئوية 17.55 ٪ ، ورابعاً موقع راديو سوا بـ (22) تكراراً بنسبة مئوية 8.39٪ ، وجاء خامساً موقعي(إذاعة العراق الحر ووكالة نينا) بـ (17) تكراراً وبنسبة مئوية 6.48٪ ، لكلٍ منهما.

وهذا الفرق بالمجموع والنسبة المؤوية بين المواقع الإلكترونية يعود الى تباين إستخدام المواقع للصورة الثابتة أو المتغيرة مع شريط صوري متحرك ومع شريط صوري متحرك لفيديو والصورة مع الإعلان والصورة البيانية وصورة الكاريكاتير حسب ما تستخدمه على صفحتها الرئيسة.

جدول (4)

يوضح المجموع الكلي لتكرارات إستخدام الصورة في المواقع الإلكترونية

للمدة الزمنية الأولى 2012

ت	الموقع الالكتروني	الصورة تكرار	الصورة ٪	الترتيب
1	محيط	12662	6468.	1
2	العربية نت	2362	12.80	2
3	وكالة نينا	1532	8.30	3
4	راديو سوا	1123	6.08	4
5	اذاعة العراق الحر	466	2.52	5
6	تلفزيون الشرقية	301	1.63	6
المجموع		18446		100

بيانات الجدول(4) أعلاه توضح المجموع الكلي لتكرارات إستخدامات الصورة ليست على الصفحة الرئيسة فقط وإنما مجموع ما إستخدمته من صور مع أخبارها ومواضيعها الأخرى في أثناء مدة البحث ، وحسب ذلك جاء موقع (محيط) بالمرتبة الأولى بواقع (12662) تكراراً بنسبة 68.64٪ ، وذلك لأن موقع محيط ومن خلال المسح كان أكثر المواقع في نشر عدد الأخبار والتقارير التي ترافقها الصور الثابتة ، فيما

جاء بالمرتبة الثانية موقع العربية نت بمجموع (2362) تكراراً وبنسبة 12.80٪ ، وفي المرتبة الثالثة (وكالة نينا) بمجموع (1532) تكراراً بنسبة 8.30٪ وذلك كون أن الموقع وكالة إخبارية تعتمد على نشر الأخبار المحلية في عموم المحافظات وعلى مدار الساعة ورابعاً كان موقع (راديو سوا) بمجموع (1123) تكراراً بنسبة 6.08٪ ، وخامساً موقع (إذاعة العراق الحر) بمجموع (466) تكراراً بنسبة 2.52٪ ، وسادساً موقع (تلفزيون الشرقية) بمجموع (301) تكراراً بنسبة 1.63٪.

3.إستخدامات الفيديو(Uses video):

واسطة الفيديو تُعد من أهم الوسائط المتعددة لما فيها من مميزات في نقل الحدث كما هو بالصوت والصورة المتحركة ، وقد يُضاف للفيديو تأثيرات صوتية أخرى مصاحبة لمقاطع الفيديو كأن يكون صوت (المراسل ، المقدم ، أو المذيع) ليشرح أو يعلق على موضوع الفيديو، والفيديو وسيلة جذب للمتلقي تشكل له نسبة كبيرة من المصداقية؛ لذا يكون من الضروري للمواقع الإلكترونية أن تستخدم هذه الواسطة لاسيما أن وسائل وبرامج تطويعها على شبكة الإنترنت متاحة لتغذية الموقع وتحميله بمقاطع الفيديو.

جدول (5)

يوضح إستخدام الفيديو على الصفحة الرئيسة

في المواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الأولى ــ 2012

ت	الموقع الالكتروني	فيديو مع النص والصورة		فيديو مع شريط صوري		فيديو فقط		المجموع الكلي	
		تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪
1	العربية نت	12	92.30	8	24.24	12	42.85	32	43.24
2	محيط	0	0	0	0	0	0	0	0
3	راديو سوا	0	0	0	0	0	0	0	0
4	إذاعة العراق الحر	1	7.69	10	30.30	0	0	11	14.86
5	تلفزيون الشرقية	0	0	15	45.45	16	57.14	31	41.89
6	وكالة نينا	0	0	0	0	0	0	0	0
	المجموع	13	100	33	100	28	100	74	100

بيانات الجدول (5) أعلاه تشير إلى إستخدام المواقع الإلكترونية للفيديو على صفحاتها الرئيسة ضمن زوايا ثابتة فقط والتي كانت بالآتي:-

أ. فيديو مع النص والصورة (Video with text and image) :-

موقع (العربية نت) جاء في الترتيب الأول بواقع (12) تكراراً وبنسبة 92.30٪، إذ إن الموقع إستخدم مع بعض اخباره النصية مقاطع فيديو ، وثانياً موقع (إذاعة العراق الحر) بـ(1) تكرار بنسبة 7.69٪ ، أما بقية المواقع فكانت (0) بلا قيمة.

ب.فيديو مع شريط صوري(video with bar Image):-

في هذا الإستخدام جاء أولاً موقع (تلفزيون الشرقية) بمجموع (15) تكراراً بنسبة 45.45٪ ، وثانياً موقع (إذاعة العراق الحر) بمجموع (10) تكرارات بنسبة 30.30٪ ، وثالثاً موقع(العربية نت) بمجموع (8) تكرار بنسبة 24.24٪ ، فيما بقية المواقع لم تسجل أي قيمة.

ت.فيديو فقط (Video only) :-

موقع الشرقية جاء أولاً بمجموع (16) تكراراً بنسبة 57.14٪ ، وثانياً موقع (العربية نت) بمجموع (12) تكراراً بنسبة 42.85٪ ، فيما بقية المواقع لم تسجل أية قيمة.

وعليه يكون ترتيب المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والعراقية حسب المجموع الكلي لإستخدامات واسطة الفيديو على الصفحة الرئيسة المبين في الجدول(5) أعلاه بالآتي: المرتبة الأولى موقع (العربية نت) بمجموع (32) تكراراً بنسبة 43.24٪ ، وثانياً موقع (تلفزيون الشرقية) بمجموع (31) تكراراً وبنسبة 41.89٪، وثالثاً موقع (إذاعة العراق الحر) بمجموع(11) تكراراً بنسبة 14.86٪ . والسبب في ذلك يعود إلى أن العربية نت وموقع الشرقية وإذاعة العراق الحر إستغلوا

الصفحة الرئيسة في عرض زوايا ثابتة مرفقة بمقاطع فيديو وعلى الرغم من أن الموقع إعتمد على ملفات الفيديو لأخبار أو مقابلات أو برامج مأخوذة من الفضائية الذي يكون الموقع مُكمل لها إلا أنه يجعل المتصفح له لاسيما من فاتته المشاهدة في أن يتابع خبر أو مقابلة أو برنامج على الموقع الإلكتروني.

أما مواقع (محيط وراديو سوا ونينا) لم تحصل على اية تكرار ونسبة مؤوية والسبب يعود لعدم إستخدام واسطة الفيديو بشكل ثابت لزاوية ما على صفحاتهم الرئيسة ، ليستدل منها المتصفح على هذه الواسطة بما يرغب مشاهدته من مقاطع فيديو ، وعلى الرغم من أن المواقع لم تحدد زاوية ثابتة للفيديو على صفحتهم الرئيسة إلا أنهم إستخدموا الإشارة بالرمز أو بالكلمة مع بعض الأخبار والتقارير الذي تتوفر معها مقاطع فيديو وهذه لم تكن بشكل دائم على الصفحة الرئيسة ، وإنما إستخدمته في صفحاته الأخرى كالأخبار والتقارير وهذا ما سنلحظه في الجدول (6) أدناه الذي يوضع المجموع الكلي لإستخدامات الفيديو ليست على الصفحة الرئيسة فحسب وإنما على الصفحات الأخرى.

جدول (6)

يبين المجموع الكلي لتكرارات إستخدام واسطة الفيديو في المواقع الإلكترونية ـــ 2012

ت	الموقع الالكتروني	فيديو مع النص والصورة		فيديو مع إعلان		فيديو فقط		المجموع الكلي	
		تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪
1	العربية نت	47	13.66	0	0	385	86.71	432	54.82
2	محيط	241	70.05	0	0	0	0	241	30.58
3	راديو سوا	42	12.20	0	0	0	0	42	5.32
4	إذاعة العراق الحر	14	4.06	0	0	0	0	14	1.77
5	تلفزيون الشرقية	0	0	0	0	59	13.28	59	7.48
6	وكالة نينا	0	0	0	0	0	0	0	0
	المجموع	344	100	0	0	444	100	788	100

بيانات الجدول (6) أعلاه توضح المجموع الكلي لتكرارات إستخدام واسطة الفيديو في المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والعراقية للمدة الزمنية الأولى 2012:-

أ.فيديو مع النص والصورة (Video with text and image):-

في هذا الإستخدام جاء موقع (محيط) بالمرتبة الأولى بواقع (241) تكراراً وبنسبة 70.05٪ ، وجاء بالمرتبة الثانية موقع (العربية نت) بواقع (47) تكراراً بنسبة 13.66٪ ، وفي المرتبة الثالثة موقع (راديو سوا) بمجموع (42) تكراراً بنسبة 12.20٪ ، وجاء رابعاً موقع (إذاعة العراق الحر) بمجموع (14) تكراراً بنسبة 4.06٪ ، فيما موقعي الشرقية ونينا كانا بلا قيمة ، والنسبة الكبيرة لموقع محيط عن باقي المواقع تعود الى نسبة مجموع الأخبار والتقارير الكثيرة المرفقة بنص وصورة مع ملفات فيديو قياساً لمجموع الأخبار والتقارير للمواقع الأخرى.

ب. فيديو مع إعلان(Video with announcement):-

جميع المواقع في هذا الإستخدام لم تحصل على اية تكرار ونسبة مؤوية ، وهذه هي من المساوئ التي تواجه أغلب المواقع الإلكترونية حيث أن ثقافة الإعلان من قبل المؤسسات والشركات والأفراد مازالت ضعيفة ولم تلق قبولاً ورواجاً مثل باقي أنواع وسائل الإعلام الأخرى التقليدية.

ت.فيديو فقط(Video only):-

في هذا الإستخدام جاء موقع (العربية نت) بالمرتبة الأولى بواقع (385) تكراراً وبنسبة 86.71٪ ، و ذلك يعود الى أن موقع العربية نت في هذا الإستخدام إعتمد على ملفات الفيديو المأخوذة من براجه وأخباره التي تبثها الفضائية العربية والعربية الحدث ورفعها على موقعه.

وثانياً موقع (تلفزيون الشرقية) بمجموع (59) تكراراً بنسبة 13.28٪ ،لأنه إستخدم ملفات الفيديو من براجه على الفضائية في موقعه وعرضها بهذا الإستخدام أيضاً. فيما بقية المواقع لم تسجل أية قيمة.

بيانات المجوع الكلي لإستخدام واسطة الفيديو بكافة فئاته في الجدول (6) أعلاه تشير الى أن موقع العربية نت جاء في المرتبة الأولى بمجموع (432) تكراراً بنسبة 54.82٪ ، وإحراز هذه المرتبة جاء بناءً على استخدام الموقع بشكل أكثر على ملفات الفيديو لبرامج الفضائية العربية والعربية الحدث ، فيما جاء موقع محيط بالمرتبة الثانية بمجموع (241) تكراراً بنسبة 30.58٪ ، وذلك لكون الموقع إخباري عام وغير مكمل لفضائية وإنما يعتمد على مراسليه ومندوبيه والمواقع الصديقة في ملفات الفيديو لذا كان هو في المرتبة الأولى في إستخدام النص مع الفيديو لكثرة ما ينشره من أخبار على موقعه على مدار الساعة ، وفي المرتبة الثالثة جاء موقع تلفزيون الشرقية بواقع (59) تكراراً بنسبة 7.48٪ ، وفي المرتبة الرابعة جاء موقع راديو سوا بمجموع (42) تكراراً بنسبة 5.32٪ ، وهذه النسبة جاءت من إستخدام الموقع للملفات الفيديو بشكل أكثر مع الأخبار المنوعة وبعض الأخبار السياسية وعلى الرغم من أن الموقع يعد مكملاً لإذاعة راديو سوا وواسطة الصوت هي الأساس في البث إلا أنه إستخدم واسطة الفيديو بشكل أكثر من واسطة الصوت.وجاء خامساً موقع (إذاعة العراق الحر) بـ (14) تكراراً بنسبة 1.77٪ ، اما موقع (نينا) فكان بلا قيمة.

4.إستخدامات الصوت (Uses sound):

يشكل الصوت واسطة مهمة في الوسائط المتعـددة لتضـاف إلى مزايـا الإعـلام الإلكتروني حيث يمكن إستخدام الملفـات الصـوتية لوحـدها أو مرفقـة مـع نـص أو صور، وفق الجدول (7) أدناه.

جدول (7)

يوضح إسخدامات الصوت على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة 2012

ت	الموقع الالكتروني	الصوت لوحده		الصوت مع الصورة		صوت + نص + صورة		الصوت مع الرسوم		المجموع الكلي	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
1	العربية نت	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	محيط	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	راديو سوا	7	58.33	5	100	0	0	0	0	12	44.44
4	اذاعة العراق الحر	5	41.66	0	0	10	100	0	0	15	55.55
5	تلفزيون الشرقية	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	وكالة نينا	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	المجموع	**12**	**100**	**5**	**100**	**10**	**100**	**0**	**0**	**27**	**100**

أ.الصوت لوحده(Sound alone):-

موقعا راديوسوا وإذاعة العراق الحر هما فقط سجلا مجموع تكرارات ، إذ جاء موقع راديو سوا بمجموع (7) تكرار بنسبة 58.33٪ ، وإذاعة العراق الحر بمجموع (5) تكرار بنسبة 41.66٪ ، وذلك كونهما موقعان مكملان لإذاعة فقد إستخدما الصوت لوحده مع البث الحي للإذاعة وأيضاً مع البث المباشر لبث الإذاعتين لدول بالنسبة لإذاعة سوا ، ومع براجها بالنسبة لإذاعة العراق الحر مثل حصاد اليوم وحسب الطلب.

ب.الصوت مع الصورة (The sound with the image):-

موقع راديو سوا جاء فقط بـ(5) تكرارات بنسبة 100٪ في إستخدام الصوت مع صورة ثابتة لكل دولة تبث بإسمه الإذاعة مثل سوا عراق ، وسوا مصر وغيرها ، أما بقية المواقع فكانت (0).

ث.الصوت مع النص والصورة(Audio with text and image):-

في هذا الإستخدام أيضاً جاء موقع إذاعة العراق الحر بـ(10) تكرار بنسبة 100٪ وذلك لكون الموقع مكمل لإذاعة فأنه يرفق الملفات الصوتية مع نص وصورة وهي إضافة لإخباره وبراجه كي يتمكن المتلقي من متابعة الخبر او البرنامج بالصوت والنص والصورة.

ج.الصوت مع الرسوم(Sound with fees):-

في هذا الإستخدام كانت النتائج بمجموع (0) إذ لم تحصل جميع المواقع عل اية تكرار ونسبة مؤية ، وذلك لعدم إستخدامها لتقنية الصوت مع الرسوم البيانية أو مؤشرات الأسهم الأقتصادية وحتى الرسوم التوضيحية البسيطة والمعقدة ، لإفتقار المواقع لمواضيع تحتاج لتوضيح صوتي يرافق الصور البيانية.

وطبقاً للمجموع الكلي لإستخدام الصوت في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية فقد حقق موقع إذاعة العراق الحر المرتبة الأولى بمجموع (15) تكراراً بنسبة 55.55٪ ، وثانياً موقع راديو سوا بمجموع (12) تكراراً بنسبة 44.44٪ ، فيما بقية المواقع بلا قيمة.

جدول (8)

يبين المجموع الكلي لإستخدامات الصوت في المواقع الإلكترونية للمدة 2012

ت	الموقع الالكتروني	المجموع الكلي		
		تكرار	٪	الترتيب
1	اذاعة العراق الحر	744	96.54	1
2	راديو سوا	16	3.45	2
3	العربية نت	0	0	0
4	محيط	0	0	0
5	تلفزيون الشرقية	0	0	0
6	وكالة نينا	0	0	0
	المجموع	463	100	

ووفقاً لبيانات الجدول (8) أعلاه في إستخدامات الصوت خلال مدة البحث الزمنية الأولى (حزيران ، تموز ، آب) 2012. يتضح أن موقع (إذاعة العراق الحر) جاء بالمرتبة الأولى بمجموع (447) تكراراً بنسبة 96.54٪ لأن الموقع مكمل لإذاعة فأنه من السهولة أن يتوفر لديها ملفات صوتية ترفعها على الموقع ليتابعها المتلقي من على موقعها الإلكتروني.

وجاء ثانياً موقع (راديو سوا) بمجموع (16) تكراراً بنسبة 3.45٪ ، وهي نسبة قليلة جداً وكان من المفروض أن يكون بنسبة أعلى بإستخدام الصوت مع النص والصورة او لوحده كونه مكمل لإذاعة إذ يمكن إستخدام الملفات الصوتية منها واضافتها في الموقع لترافق الأخبار. أما بقية المواقع لم تسجل أية قيمة كونها لم تستخدم هذه الواسطة في مواضيعها وأخبارها.

5. إستخدامات الرسوم (Uses fees):-

الرسوم بأنواعها الثنائية البسيطة كالأشكال والرموز والأيقونات والأخرى المعقدة كرسوم أفلام الكارتون والرسوم الأخرى التي تضاف لها حركة بتقنية الإختفاء والظهور وبرامج الفلاش تعد هي الأخرى من الوسائط التي تضيف للموقع جمالية وجذب من حيث التصميم والإخراج والمتابعة ، ومع هذه الميزة الإيجابية إلا أن أغلب المواقع تفتقر لها لأسباب تقنية وفنية ، وإستخدمت البسيط منها على صفحاتها الرئيسة وصفحاتها الأخرى كما يبينه الجدول(9) أدناه:-

جدول (9)

يبين إستخدامات الرسوم على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية ــ 2012

ت	الموقع الالكتروني	رسوم بسيطة		رسوم معقدة		المجموع الكلي	
		تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪
1	العربية نت	23	20.35	3	60	26	22.03
2	محيط	38	33.62	2	40	40	33.89
3	راديو سوا	10	8.84	0	0	10	8.47
4	إذاعة العراق الحر	24	21.23	0	0	24	20.33
5	تلفزيون الشرقية	12	10.61	0	0	12	10.16
6	وكالة نينا	6	5.30	0	0	6	5.08
المجموع		113	100	5	100	118	100

وفقاً لبيانات الجدول (9) أعلاه الذي يوضح مجموع إستخدامات الرسوم على الصفحة الرئيسة للمواقع العربية والناطقة بالعربية للمدة الزمنية الأولى لعينة البحث كانت النتائج بالآتي:-

أ.رسوم بسيطة (Fee simple binary):-

في هذا الإستخدام جاء موقع (محيط) في المرتبة الأولى بمجموع (38) تكراراً بنسبة 33.62٪ ، وفي المرتبة الثانية موقع (إذاعة العراق الحر) بـ (24) بنسبة 21.23٪

، وثالثاً موقع (العربية نت) بمجموع (23) تكراراً بنسبة 20.35٪ ، وفي المرتبة الرابعة موقع (تلفزيون الشرقية) بـ (12) تكراراً بنسبة 10.61٪ وخامساً(راديو سوا) بمجموع (10) تكرار بنسبة 8.84٪ ، وسادساً موقع (نينا) بـ (6) تكراراً بنسبة 5.30٪.

ب.رسوم معقدة (Fees complex): موقع (العربية نت) جاء أولاً بمجموع (3) تكراراً وبنسبة 60٪ ، ويليه موقع محيط بمجموع (2) تكرار وبنسبة 40٪ ، فيما بقية المواقع لم تحصل على اية قيمة ونسبة مؤوية.

ووفقاً للمجموع الكلي لإستخدامات الرسوم فأن ترتيب المواقع يكون كالآتي:-

موقع محيط في المرتبة الأولى بواقع (40) تكراراً بنسبة 33.89 ٪ ، وذلك لإستخدام الرسوم البسيطة على صفحته الرئيسة بشكل أكثر للتوضيح للمتلقي أو المتصفح بالإستعانة بها بدلاً من الكتابة.

وفي المرتبة الثانية موقع العربية نت بواقع (26) تكراراً بنسبة 22.03٪ وأيضاً إعتمد على الرسوم البسيطة ليستدل منها المتصفح في خدمات الموقع ، أما الرسوم المتحركة فلم تكون بشكل كبير وإنما جاءت بـ(3) تكرار على الصفحة الرئيسة وهي ليست رسوم كارتونية معقدة و إنما رسوم فلاشية لحركات صور أو رسوم بتقنية الإختفاء والظهور مع خدمات يقدمها الموقع لمتصفحيه.

وجاء ثالثاً موقع (العراق الحر) بـ(24) تكراراً بنسبة 20.33٪ ، ورابعاً كان موقع (تلفزيون الشرقية) بمجموع (12) تكراراً بنسبة 10.16٪ ، وخامساً موقع (راديو سوا) بمجموع (10) تكراراً بنسبة 8.47٪ ، وأخيراً موقع (نينا) بـ(6) تكراراً بنسبة 5.08٪.

ثانياً : إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية

للمدة الزمنية الثانية (كانون الثاني ، شباط ، آذار) 2014

لمعرفة الإختلافات والتغييرات في إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والعراقية عينة البحث (العربية نت ، شبكة الإعلام العربية ـ محيط ـ ، راديو سوا ، إذاعة العراق الحر ، تلفزيون الشرقية ، وكالة نينا) ، قام الباحث بمسح وتحليل المواقع أعلاه لـمدة (30) يوماً من مجموع المدة الزمنية الثانية البالغة ثلاثة أشهر(كانون الثاني ، شباط ، آذار) لسنة 2014 ، بطريقة الشهر الصناعي التي تم ذكره في منهج البحث في الفصل الأول من الدراسة ،إذ طبق الباحث الفئات في إستمارة التحليل للتوصل إلى إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية ، عينة البحث ، وفق خمس فئات أساسية هي: (النص ، الصورة، الفيديو ، الصوت ، الرسوم) والتي تتفرع منها عدة إستخدامات كما مشار لها في إستمارة التحليل المرفقة في الملاحق.(*)

وللوصول إلى النتائج للمدة الزمنية الثانية قام الباحث بتحليل الفئات كل فئة على حدة وفق البيانات والجداول الآتية :-

1. إستخدامات النص (Uses text):-

وفقاً لعملية المسح والتحليل لإستخدامات النص للمواقع الإلكترونيـة للمـدة الزمنية الثانية (كانون الثاني ،شباط ، آذار) 2014 الذي يوضحها الجدول (10) أدناه كانت مجموع التكرارات والنسبة المئوية لفئة النص وإستخداماته فيها بالآتي:-

(*) ينظر الملحق رقم (1)

جدول (10)

يبين إستخدامات النص في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الثانية 2014

الموقع الإلكتروني	نص لعنوان ثابت		نص لعنوان متغير		نص لشريط متحرك		نص مع صورة ثابتة		نص مع صورة متغيرة		نص مع فيديو		نص بتقنية الإختفاء والظهور		المجموع الكلي	
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%
العربية نت	13	9.15	7	4.09	1	33.33	71	.2239	40	.4963	16	42.10	2	50	150	24.91
محيط	41	28.87	150	87.71	1	33.33	45	24.86	5	7.93	0	0	0	0	242	40.19
راديو سوا	16	11.26	5	2.92	0	0	21	11.60	5	7.93	21	55.26	0	0	68	11.29
اذاعة العراق الحر	12	8.45	3	1.75	0	0	27	14.91	3	4.76	1	2.63	1	25	47	7.80
تلفزيون الشرقية	0	0	6	3.50	0	0	14	7.73	6	9.52	0	0	0	0	26	4.31
وكالة نينا	60	43.79	0	0	1	33.33	3	1.65	4	6.34	0	0	1	25	69	11.46
المجموع	142	100	171	100	3	100	181	100	36	100	38	100	4	100	602	100

أ.النص لعنوان ثابت(Text to a static address):-

موقع (العربية نت) في هذا الإستخدام جاء بمجموع (13) تكراراً بنسبة مئوية9.15٪، وموقع محيط (41) تكراراً بنسبة 28.87٪ ، وراديو سوا بمجموع (16) تكراراً بنسبة مئوية 11.26٪ ، ويليه موقع إذاعة العراق الحر بـ (12) تكراراً بنسبة 8.45٪ ، فيما موقع تلفزيون الشرقية لم يحظ بأية قيمة ، أما موقع وكالة (نينا) جاء بمجموع (60) تكراراً بنسبة 43.79٪ محققاً بذلك أعلى نسبة عن باقي المواقع الإلكترونية الأخرى كون الموقع يعتمد على نشر نصوص عناوين الأخبار بصفحته الرئيسة أكثر من الإستخدامات الأخرى للوسائط المتعددة مثل الصور والفيديو والرسوم والصوت.

ب. النص لعنوان متغير(The text of the address of a variable):-

في هذا الإستخدام جاء موقع محيط بالمرتبة الأولى بمجموع (150) تكراراً بنسبة 87.71٪ كون الموقع يستخدم زاوية خاصة على صفحته الرئيسة تشمل عناوين لكافة صفحات الموقع وبمزيد من الصفحات الأخرى يمكن ان تتغير وفق ما يرغب به المتصفح عند النقر بـ(الماوس) على عناوين إطار الزاوية (الكل ، سياسية ، عربي ودولي ، إقتصاد ، رياضة) التي يرغب الإطلاع على عناوين أخبارها.

فيما جاءت بقية المواقع الإلكترونية الأخرى بنسب بسيطة قياساً لموقع محيط ، وهذا يكون تبعاً لطبيعة تصميم الموقع فالبعض يعتمد على الصور أو النصوص المرفقة بصور وفيديو وصوت كلٍ حسب ما يرتأيه الموقع في توزيع أخباره ومواضيع وصوره على الصفحة الرئيسة ، فقد جاء موقع العربية بـ(7) تكرار بنسبة 4.09٪ ، فيما موقع راديو سوا (5) تكرار ونسبة 2.92٪ ، وإذاعة العراق الحر بمجموع (3)

تكرارات بنسبة 1.75%، موقع تلفزيون الشرقية كان بمجموع (6) تكرار بنسبة 3.50٪ ، وأخيراً موقع وكالة نينا الذي لم يسجل أية قيمة في هذا الإستخدام.

ت.النص لشريط متحرك(Text to bar moving):-

سجلت مواقع (العربية نت ، محيط ، نينا) في هذا الإستخدام (1) تكرار بنسبة 33.33٪ لكل واحد منهم ، إذ إستخدمت شريط متحرك في أعلى الصفحة أو في أسفلها يضم عناوين أخبار عامة ، أو أخبار إقتصادية كما في شريط وكالة نينا.

أما بقية المواقع (راديو سوا ، إذاعة العراق الحر ، تلفزيون الشرقية) لم تستخدم الشريط الإخباري المتحرك على صفحاتها الرئيسة.

ث. النص مع الصورة الثابتة(Text with still image):-

حقق موقع العربية نت فيه أعلى مجموع بـ(71) تكراراً وبنسبة 39.22٪ ، ويليه ثانياً موقع محيط بـ(45) تكراراً بنسبة 24.86٪ ، وجاء بعده ثالثاً موقع إذاعة العراق الحر بـ(27) تكراراً بنسبة 14.91٪ ، ورابعاً موقع راديو سوا بمجموع (21) تكراراً بنسبة 11.60٪ ، وخامساً موقع تلفزيون الشرقية بـ(14) تكراراً بنسبة 7.73٪ ، وأخيراً موقع وكالة نينا بـ(3) تكراراً بنسبة 1.65٪.

والمواقع التي حققت نسب عالية مثل (العربية نت ، ومحيط) كونهما يعتمدان على نشر أكبر عدد من الصور مع أخبارهما ومواضيعهما على الصفحة الرئيسة فضلاً عن إمتداد طول الصفحة الرئيسة للموقع فكلما كان إمتداد الصفحة الرئيسة للموقع أطول فإنه يحتاج الى صور ونصوص وزوايا فمثلاً موقع العربية كان إمتداد الصفحة الرئيسة (11) مرة ، وموقع محيط إمتداد صفحته الرئيسة (8) مرات.

فيما المواقع الأخرى كانت نسبة نشر الصور أقل بسبب طبيعة تصميم الموقع الذي يعتمد البساطة وعدم زج وحشر صور كثيرة كما هو الحال في موقعي راديو سوا

وإذاعة العراق العراق القريبان في الشكل والتصميم مع بعضهما ، فيما موقع وكالة نينا فهو موقع إخباري يعتمد على النص أكثر من الصورة وذلك لبساطة تصميم الموقع الذي لايحتوي على إطارات وزوايا كثيرة في صفحته الرئيسة وإنما يرفق صور صغيرة شخصية أو أرشيفية أو حديثة مع مصدر المعلومة في أخباره الأربعة الرئيسة في أعلى الصفحة وثلاث صور أخرى ترافق أخبار اليوم ضمن مجموعة عناوين أخبار.

ج. النص مع صورة متغيرة(Text with a picture of a changing):-

إحتل موقع العربية نت الترتيب الأول في هذا الإستخدام بـ(40) تكراراً بنسبة 63.49٪ ، وهو أفضل المواقع إستخداماً للصورة المتغيرة على صفحته الرئيسة كونه لديه كثير من الإطارات والزوايا والصفحات التي تتضمن أخبار ومعلومات وبرامج وآراء يرفق معها صور متغيرة ذاتياً أو من خلال المتصفح.

فيما بقية المواقع الإلكترونية سجلت تكرارات معدودة في الصورة المتغيرة مستخدمة إياه مع أخبارها الرئيسة والمهمة ، فكانا موقعي محيط وراديو سوا بمجموع (5) تكرار بنسبة 7.93٪ لكل منهما ، وموقع إذاعة العراق الحر بـ(3) تكرار بنسبة 4.76٪ ، وتلفزيون الشرقية بـ(6) تكرار بنسبة 9.52٪ ، وأخيراً وكالة نينا بـ(4) تكرار بنسبة 6.34٪.

ح. النص مع الفيديو(Text with video):-

حقق موقع راديو سوا المرتبة الأولى بهذا الإستخدام على صفحته الرئيسة بـ(21) تكراراً بنسبة 55.26٪ ، وهو واسطة ضرورة إستخدامها لما لها من واقعية للحدث وجذب للمتلقي ، ويليه في المرتبة الثانية موقع العربية نت بـ(16) تكراراً بنسبة 42.10٪ ، وإذاعة العراق الحر بـ(1) تكرار بنسبة 2.63٪ ، أما مواقع (محيط ،

تلفزيون الشرقية ، ونينا) لم تسجل أي قيمة لعدم إستخدامهما النص مع الفيديو على الصفحة الرئيسة.

خ.نص بتقنية الإختفاء والظهور (Text technology disappearance and appearance):-

ما سجلته المواقع الإلكترونية في هذا الإستخدام لم يكن بمستوى كبير ، وما حققه موقع العربية نت بـ(2) تكرار بنسبة 50٪ جاء نتيجة إستخدام النص بتقنية الإختفاء والظهور مع الإعلانات النصية التي تروج للموقع وخدماته ، وكذا الحال بالنسبة لموقعي (إذاعة العراق الحر ووكالة نينا) اللذان سجلا (1) تكرار بنسبة 25 ٪ لكلٍ منهما إذ تم إستخدام هذه التقنية مع ما يقدماه من خدمات في الموقع.

مما تقدم ووفقاً لمعطيات النسب المؤوية للمجموع الكلي لإستخدامات النص بكافة فئاته على الصفحة الرئيسة وحسب ما بينته نتائج الجدول (10) أعلاه فإن الترتيب للمواقع بهذا الإستخدام كانت وفق الآتي: موقع محيط في المرتبة الأولى بـ(242) تكراراً بنسبة 40.19٪ ، ويليه ثانياً موقع العربية نت بـ(150) تكراراً بنسبة 24.91٪ ، وثالثاً موقع وكالة نينا بـ (69) تكراراً بنسبة 11.46٪ ، ورابعاً موقع راديو سوا بـ(68) تكراراً بنسبة 11.29٪ ، وخامساً موقع إذاعة العراق الحر بـ(47) تكراراً بنسبة 7.80٪ ، وأخيراً موقع تلفزيون الشرقية بـ(26) تكراراً بنسبة 4.31٪ تكراراً.

جدول (11)

يوضح مجموع تكرارات النص في المواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الثانية 2014

ت	الموقع الالكتروني	النص		الترتيب
		تكرار	٪	
1	محيط	14231	63.89	1
2	وكالة نينا	4496	20.18	2
3	العربية نت	1838	8.25	3
4	تلفزيون الشرقية	710	3.18	4
5	راديو سوا	540	2.42	5
6	إذاعة العراق الحر	457	2.05	6
المجموع		22272	100	

الجدول(11) أعلاه يوضح مجموع تكرارات والنسبة المئوية للنص الذي إستخدمته المواقع العربية والناطقة بالعربية والعراقية ، كلٍ على حدة ، التي جاءت من مجموع نصوص الأخبار والتقارير والآراء وأي موضوع يحتوي على نص خلال المدة الزمنية الثانية للبحث ، إذ جاء موقع محيط(شبكة الإعلام العربية) في المرتبة الأولى بمجموع (14231) تكراراً بنسبة 63.89٪ ، وذلك كون الموقع أكثر نشراً للأخبار المحلية والعربية والدولية على مدار الساعة ، ويليه ثانياً موقع وكالة نينا بمجموع (4496) تكراراً بنسبة 20.18٪ وذلك كونها وكالة إخبارية تعتمد على تأمين

أكبر عدد من الأخبار للمشتركين معها وبما تنشره من خلال موقعها. وجاء في المرتبة الثالثة موقع العربية نت بمجموع (18.83) تكراراً بنسبة 8.25٪ ، ورابعاً موقع تلفزيون الشرقية بمجموع (710) تكراراً بنسبة 3.18٪ ، وخامساً موقع راديو سوا بـ(540) تكراراً بنسبة 2.42٪ ، وسادساً في المرتبة الأخيرة موقع إذاعة العراق الحر بـ(457) تكراراً بنسبة 2.05٪.

2. إستخدامات الصورة(Uses the image):-

الجدول (12) أدناه يوضح إستخدامات الصورة بكافة فئاتها على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والعراقية للمدة الزمنية الثانية للبحث وفق الآتي:-

جدول (12)

يبين إستخدامات الصورة على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية

ت	الموقع الإلكتروني	صور ثابتة		صور متغيرة		شريط صوري متحرك		شريط صوري متحرك مع فيديو		صورة كاريكاتير		صورة إعلان		صورة بيانية		المجموع الكلي	
		تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%
1	العربية نت	61	30.80	40	62.5	0	0	2	16.66	6	85.71	4	15.38	1	14.28	114	36.19
2	محيط	46	23.23	6	9.37	0	0	0	0	1	14.28	6	23.07	1	14.28	60	19.04
3	راديو سوا	21	10.60	5	7.81	1	100	0	0	0	0	4	15.38	1	14.28	32	10.15
4	العراق الحر	29	14.64	3	4.68	0	0	1	8.33	0	0	1	3.84	0	0	34	10.79
5	تلفزيون الشرقية	32	16.16	6	9.37	0	0	9	75.0	0	0	0	0	0	0	47	14.92
6	وكالة نينا	9	4.54	4	6.25	0	0	0	0	0	0	11	42.30	4	57.14	28	8.88
	المجموع	198	100	64	100	1	100	12	100	7	100	26	100	7	100	315	100

أ. الصورة الثابتة(Still image):-

حصل موقع العربية نت على المرتبة الأولى بمجموع (61) تكراراً بنسبة 30.80٪، ويليه ثانياً موقع محيط بـ(46) تكراراً بنسبة 23.23٪ ، وثالثاً موقع تلفزيون الشرقية بـ(32) تكراراً بنسبة 16.16٪ ، وجاء رابعاً موقع العراق الحر بـ(29) تكراراً بنسبة 14.64٪ ، ويليه خامساً موقع راديو سوا بـ(21) تكراراً بنسبة 10.60٪ ، وسادساً موقع وكالة نينا بـ(9) تكراراً بنسبة 4.54٪، والتباين في إستخدام الصورة يأتي تبعاً لما ينشره الموقع من صور مرفقة مع أخباره ومواضيعه فضلاً عن شكل تصميم الموقع لاسيما الصفحة الرئيسة التي يحاول القائمون على الموقع من وضع أكبر عدد من الصور مع الأخبار لجذب إنتباه المتلقي كون الصورة تضيف جمالية على الموقع ومصداقية للحدث.

ب.الصورة المتغيرة(The image Changing):-

جاء موقع العربية في هذا الإستخام بالمرتبة الأولى بـ(40) تكراراً بنسبة 62.5٪، ويليه ثانياً موقعي (محيط وتلفزيون الشرقية) بمجموع (6) تكراراً بنسبة 9.37٪ لكل منهما ، فيما جاء ثالثاً موقع راديو سوا بـ(5) تكراراً بنسبة 7.81٪ ، ويليه رابعاً موقع وكالة نينا بـ(4) تكراراً بنسبة 6.25٪ ، وأخيراً موقع إذاعة العراق الحر بـ(3)تكراراً بنسبة 4.68٪ ،وما حققه موقع العربية نت من نسبة كبيرة عن بقية المواقع الأخرى كونه يتميز بإستخدام تقنية الصورة المتغيرة ذاتياً كما في أخباره الرئيسة فضلاً عن إمكانية تغيير الصور مع العناوين المختارة من قبل المتصفح لزوايا (إختيارات القراء ، وآراء).

ت.الشريط الصوري المتحرك(Tape the picture moving):-

موقع راديو سوا الوحيد الذي إستخدم الشريط الصوري المتحرك وكان بـ(1) تكرار بنسبة 100٪ أما بقية المواقع لم تسجل أية قيمة لعدم إستخدامها الشريط الصوري المتحرك.

ث.شريط صوري متحرك مع فيديو(Bar Image with a moving video):-

موقع الشرقية كان الأكثر إستخداماً من بين المواقع الإلكترونية إذ جاء بـ(9) تكراراً بنسبة 75.0٪ وهذه الأشرطة الصورية هي لملفات فيديو مسجلة لبرامج الشرقية وليست لأخبار، وسجلَ موقع العربية نت (2) تكرار بنسبة 16.66% وهي أشرطة لملفات فيديو مسجلة من أخبار الفضائية العربية التي يكون الموقع إمتداد ومكمل لها ، فيما موقع إذاعة العراق الحر (1) تكرار بنسبة 8.33٪ وهو شريط لملفات فيديو تحت زاوية بعنوان (وسائط متعددة) مصادرها مراسلي الإذاعة فضلاً عن ما مأخوذ من وكالات أو مايرسله المواطنون من زوار إذ خصصت إدارة الموقع إطار بعنوان (أنا شاهد) على الصفحة الرئيسة ليتمكنوا من إرسال ملفاتهم من خلالها ، فيما بقية المواقع كانت بلا قيمة.

ج.صورة كاريكاتير(Image Caricature):-

موقع العربية نت جاء أولاً بـ(6) تكراراً بنسبة 85.71٪ ، وموقع محيط بـ(1) تكرار بنسبة 14.28٪ ، وهما الموقعان الوحيدان اللذان إستخدما صور الكاريكاتير على صفحتهما الرئيسة. فيما بقية المواقع لم تسجل اية تكرار.

ح.صورة إعلان (Image announcement):-

حقق موقع وكالة نينا المرتبة الأولى بهذا الإستخدام بـ(11) تكراراً بنسبة 42.30٪ ، وهي أعلى نسبة إعلان في الصفحة الرئيسة للموقع عن بقية المواقع

الأخرى وذلك لتزامن مدة البحث مع الإنتخابات التشريعية في العراق إذ نشر موقع نينا إعلانات المرشحين للإنتخابات ، ويليه موقع محيط بـ(6) تكراراً بنسبة 23.07٪ وهي إعلانات بعضها تجاري وبعضها يقدم خدمة وترفيه لزوار الموقع ، وموقع محيط يستغل صفحاته الأخرى بصور إعلانية على الجانبين وبين زوايا كل صفحة.

ويليهما موقعي العربية نت وراديو سوا بـ(4) تكرار بنسبة 15.38٪ لكلٍ منهما وهذه الإعلانات هي ترويجية للموقع او تقديم خدمات عامة للزوار.

فيما موقع إذاعة العراق الحر لم يسجل سوى (1) تكرار بنسبة 3.84٪ وهو إعلان عن تطبيقات لأجهزة (آي فون و آي باد).أما موقع الشرقية فلم يسجل أية قيمة كونه لم يستخدم الإعلان بكافة أنواعه.

خ.الصورة البيانية(Image graphs):-

الصورة البيانية التي توضح لموضوع إقتصادي أو مؤشرات أسهم السوق او حالة الطقس إحتلها موقع نينا بـ(4) تكراراً بنسبة 57.14٪ ، وتلته مواقع العربية نت ومحيط وسوا بـ(1) تكرار بنسبة 14.28٪ لكلٍ منهم ، فيما موقعي إذاعة العراق الحر وتلفزيون الشرقية لم يسجلا أي قيمة.

بيانات الجدول (12) أعلاه توضح في المجموع الكلي لإستخدامات الصورة بكافة إستخداماتها الفرعية ما حصلت عليه المواقع وفق التالي:

موقع العربية نت جاء بالمرتبة الأولى بـ(114) تكراراً بنسبة 36.19٪ ، ويليه موقع محيط بـ(60) تكراراً بنسبة 19.04٪ ، وثالثاً موقع الشرقية بـ(47) تكراراً بنسبة 14.92٪ ، ورابعاً موقع إذاعة العراق الحر بـ (34) تكراراً بنسبة 10.79٪ ، وخامساً موقع راديو سوا بـ(32) تكراراً بنسبة 10.15٪ ،وسادساً موقع وكالة نينا بـ(28) تكراراً بنسبة 8.88٪.

والتباين بين المجموع الكلي والنسبة المؤوية لكل موقع في إستخدام الصورة يعود لما يستخدمه كل موقع من صور ثابته أومتغيرة أوعلى شكل شريط صوري اومع فيديو او صور إعلان وكاريكاتير وبيانية على صفحته الرئيسة وفق مايعرض بما يتناسب وإمتداد الصفحة الرئيسة للموقع.

جدول (13)

يوضح المجموع الكلي لتكرارات إستخدام الصورة في المواقع الإلكترونية ـــ 2014

ت	الموقع الالكتروني	الصورة		الترتيب
		تكرار	٪	
1	محيط	14424	72.07	1
2	وكالة نينا	2081	10.39	2
3	العربية نت	1838	9.18	3
4	تلفزيون الشرقية	710	3.54	4
5	راديو سوا	540	2.69	5
6	إذاعة العراق الحر	419	2.09	6
	المجموع	20012	100	

بيانات الجدول (13) توضح ترتيب المواقع الإلكترونية وفق إستخدامات الصورة بكافة فئاتها الفرعية للمدة الزمنية الثانية للبحث (كانون الثاني ، شباط ، آذار) 2014 لصفحات الموقع ، وجاءت وفق الآتي:-

إحتل موقع محيط المرتبة الأولى بمجموع (14424) تكراراً بنسبة 72.07٪ ، وثانياً موقع وكالة نينا بـ(2081) تكراراً بنسبة 10.39٪ ، وثالثاً موقع العربية نت بمجموع (1838) تكراراً بنسبة 9.18% ، ورابعاً موقع تلفزيون الشرقية بـ(710) تكراراً بنسبة 3.54٪ ، وجاء خامساً موقع راديو سوا بـ(540) تكراراً بنسبة 2.69٪ ، وأخيراً في المرتبة السادسة موقع إذاعة العراق الحر بـ(419) تكراراً بنسبة 2.09٪.

وجاء الفرق في النسب لكل موقع تبعاً لما ينشره من أخبار ومواضيع وأراء ومعلومات بكافة صفحاته التي من البديهي ينشر بجانب كل خبر وموضوع صورة للحدث أو تُعبر عنه ، وحصول موقع محيط على الترتيب الأول لما ينشره من أخبار وصور على مدار الساعة من (محلية وعربية ودولية) أكثر من غيره من المواقع في اليوم الواحد ، اما موقع وكالة نينا وإن إحتل الترتيب الثاني بين المواقع إلا أن صفحته الرئيسة لاتتميز بالصور الكثير الكبيرة وإنما بصور صغيرة بعضها شخصية لمسؤولين والبعض الآخر صورة للحدث أو أرشيفية تُرفق مع الأخبار والمواضيع المنشورة ، والبعض من الأخبار لاتوجد معها صور وإنما تكتفي بالنص فقط ، فضلاً عن أن البوم صورها لايمكن فتحه ومشاهدته إلا من قبل المشتركين مع الموقع.

وهكذا بالنسبة للمواقع الأخرى فإن مجموع تكرار الصور فيها يعتمد على ما تنشره من صور مرفقة مع الأخبار والمواضيع وطبيعة تصميم الموقع الذي يفضل بعضها على أن تكون الصورة أساس في جمالية الموقع وجذب المتلقي.

4.إستخدامات الفيديو(Uses video):-

تُبين معطيات الجدول (14) أدناه إستخدامات الفيديو على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الثانية للبحث وجاءت وفق الآتي:-

جدول (14)

ت	الموقع الالكتروني	فيديو مع النص والصورة		فيديو مع شريط صوري		فيديو فقط		المجموع الكلي	
		تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪
1	العربية نت	14	60.86	15	28.84	24	58.53	53	45.68
2	محيط	0	0	0	0	0	0	0	0
3	راديو سوا	8	34.78	0	0	0	0	8	6.89
4	إذاعة العراق الحر	1	4.34	10	19.23	1	2.43	12	10.34
5	تلفزيون الشرقية	0	0	27	51.92	16	39.02	43	37.06
6	وكالة نينا	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع		23	100	52	100	41	100	116	100

يوضح إستخدام الفيديو على الصفحة الرئيسة في المواقع الإلكترونية ــ 2014

أ.فيديو مع النص والصورة(Video with text and image) :-

موقع العربية نت حقق جاء أولاً بـ(14) تكراراً بنسبة 60.86٪ وذلك كون الموقع يستخدم النص والصورة مع الخبر بالإضافة الى ملف الفيديو. وجاء في المرتبة الثانية راديو سوا بـ(8) تكراراً بنسبة 34.78٪ وأيضاً إستخدم النص والصورة مع الفيديو لشرح الخبر، وثالثاً موقع إذاعة العراق بـ(1) تكرار بنسبة 4.34٪ ، فيما بقية المواقع لم تسجل اي قيمة .

ب.فيديو مع شريط صوري(video with bar Image):-

موقع تلفزيون الشرقية جاء أولاً بـ(27) تكراراً بنسبة 51.92٪ وذلك لإستخدامه تسع أشرطة متحركة تحمل ملفات فيديو لبرامجه التي تعرض منعلى شاشة فضائية الشرقية ، وجاء ثانياً موقع العربية نت بـ(15) تكراراً بنسبة 28.84٪ ، إذ إستخدمه الموقع لعرض ملفات الفيديو تحت عنوان (شاشة العربية اليوم) ، وثالثاً موقع إذاعة العراق الحر بـ(10) تكرار بنسبة 19.23٪ ، وقد إستخدمه الموقع مع ملفات الفيديو تحت عنوان (وسائط متعددة).أما بقية المواقع لم تسجل أي قيمة.

ت.فيديو فقط (Video only) :-

موقع العربية جاء في الترتيب الأول بـ(24) تكراراً بنسبة 58.53٪ وهذا الإستخدام جاء مع ما ينشره من ملفات فيديو مسجله لبرامجه التي يعرضها من على شاشة العربية الفضائية ، وفي الالترتيب الثاني جاء موقع تلفزيون الشرقية بـ(16) تكراراً بنسبة 39.02٪ والموقع ايضاً إستخدم ملفات الفيديو المسجلة لبرامجه التي يعرضها من على شاشة الشرقية الفضائية. وثالثاً موقع إذاعة العراق إستخدم ملف فيديو على الجانب الأيسر العلوي من صفحته الرئيسة تحت عنوان (أخبار مصورة) وهو ملف فيديو من إذاعة أوربا الحرة (إذاعة الحرية) التي تكون إذاعة العراق الحر

من مؤسساتها، يرافقه تعليق صوتي بالعربية لمذيعة من الإذاعة ، يعرض فيه الأحداث والأخبار العراقية والدولية وهو إسلوب مميز للموقع بإستخدام واسطة الفيديو عن بقية المواقع الأخرى. أما بقية المواقع الأخرى لم تسجل أي قيمة.

مما تقدم وحسب بيانات الجدول (14) أعلاه فأن المجموع الكلي والنسب المؤية النهائية لإستخدام واسطة الفيديو بكافة فئاته على الصفحة الرئيسة في المواقع الإلكترونية كانت وفق الآتي:-

إحتل موقع العربية نت المرتبة الأولى بـمجموع (53) تكراراً بنسبة 45.68٪ ، ويليه ثانياً موقع تلفزيون الشرقية بمجموع (43) تكراراً بنسبة 37.06٪ ، وثالثاً موقع إذاعة العراق الحر بـ(12) تكراراً بنسبة 10.34% ، ورابعاً موقع راديو سوا بـ(8) تكراراً بنسبة 6.89٪ ، اما بقية المواقع لم تسجل اي نسبة.

وعن المجموع الكلي لإستخدامات الفيديو من قبل المواقع الإلكترونية في الصفحات مع الأخبار والتقارير والموضوعات الأخرى فإن الجدول (15) أدناه يوضح إستخدام كل موقع لهذه الواسطة كما في الآتي:-

جدول (15)

يبين المجموع الكلي لتكرارات إستخدام واسطة الفيديو في المواقع الإلكترونية ــــ 2014

ت	الموقع الالكتروني	فيديو مع النص والصورة		فيديو مع إعلان		فيديو فقط		المجموع الكلي	
		تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪
1	العربية نت	152	40.86	0	0	510	78.58	662	64.58
2	محيط	106	28.49	4	100	38	5.85	148	14.43
3	راديو سوا	69	18.54	0	0	0	0	69	6.73
4	إذاعة العراق الحر	45	12.09	0	0	9	1.38	54	5.26
5	تلفزيون الشرقية	0	0	0	0	92	14.17	92	8.97
6	وكالة نينا	0	0	0	0	0	0	0	0
المجموع		372	100	4	100	649	100	1025	100

أ.فيديو مع النص والصورة (Video with text and image):-

إحتل موقع العربية نت المرتبة الأولى بـ (152) تكراراً بنسبة 40.86٪ ، وثانياً موقع محيط بـ(106) تكراراً بنسبة 28.49٪ ، وراديو سوا ثالثاً بـ(69) تكراراً بنسبة 18.54٪ ، ورابعاً موقع إذاعة العراق الحر بـ(45) تكراراً بنسبة 12.09٪ ، أما بقية المواقع لم تسجل أي تكرار في هذا الإستخدام.

فيديو مع إعلان(Video with announcement):-

لم تسجل المواقع الإلكترونية أي تكرار بإستثاء موقع محيط الذي كان بمجموع (4) تكرارات بنسبة 100٪ ، وقد إستخدم الفيديو مع إعلانات عن السياحة والألعاب.

ت.فيديو فقط (Video only):-

موقع العربية جاء أولاً بمجموع (510) تكراراً بنسبة 78.58٪ ، وثانياً موقع تلفزيون الشرقية بـ(92) تكراراً بنسبة 14.47٪ ، وثالثاً موقع محيط بـ(38) تكراراً بنسبة 5.85٪ ، ورابعاً موقع إذاعة العراق الحر بـ(9) تكراراً بنسبة 1.38٪ ، اما موقعي راديو سوا ووكالة نينا لم تسجل أي تكرار.

وطبقاً للمجموع الكلي والنسبة المؤوية لإستخدامات الفيديو من قبل المواقع الإلكترونية وفق الجدول (15) أعلاه فأن الترتيب للمواقع بهذا الإستخدام يكون وفق الآتي:-

موقع العربية نت أحرز المرتبة الأولى بمجموع (662) تكراراً بنسبة 64.58٪، وتحقيق الموقع الترتيب الأول كونه إستخدم ملفات الفيديو مع الأخبار السياسية والمنوعة فضلاً عن ما إستخدمه من ملفات فيديو مسجلة لبرامجه وأخباره من شاشة العربية التي يُعد الموقع مكملاً لها ، وجاء في الترتيب الثاني موقع محيط بـ(148) تكراراً

بنسبة 14.43٪ ، وذلك لإستخدام الموقع واسطة الفيديو مع بعض الأخبار السياسية والرياضية والمنوعة فضلاً عن ملفات فيديو مأخوذة من فضائيات التي خصص لها الموقع زاوية تحت عنوان(فضائيات) على صفحته الرئيسة.

أما ثالثاً فكان موقع تلفزيون الشرقية بـ(92) تكراراً بنسبة 8.97٪ معتمداً على ملفات فيديو أرشيفية لحلقات براجمه الذي يبثها من على فضائية الشرقية ليتمكن المتلقي الذي فاته مشاهدة أية حلقة من برنامج ما متابعتها على الموقع.

ورابعاً موقع رادي سوا بـ(69) تكراراً بنسبة 6.73٪ مستخدماً واسطة الفيديو مع بعض الأخبار السياسية والمنوعة ، وجاء خامساً موقع إذاعة العراق الحر بـ(54) تكراراً بنسبة مئوية 5.26٪ ، وأيضاً إستخدم الموقع للفيديو مع بعض أخباره. وأخيراً موقع وكالة نينا الذي لم يسجل اي تكرار لعدم إستخدامه واسطة الفيديو إذ إنع يعتمد على النص والصورة.

3 إستخدامات الصوت (Uses sound):-

الجدول(16) يوضح المجوع الكلي لإستخدامات الصوت في المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والعراقية مع أخبارها ومواضيعها خلال مدة البحث الزمنية الثانية (كانون الثاني ، شباط ، آذار) 2014.

جدول (16)

يبين إستخدامات الصوت في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية ـــ 2014

ت	الموقع الالكتروني	الصوت لوحده		الصوت مع الصورة		صوت + نص + صورة		الصوت مع الرسوم		المجموع الكلي	
		تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪
1	العربية نت	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	محيط	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	راديو سوا	202	97.58	8	100	5	22.72	0	0	215	90.71
4	اذاعة العراق الحر	5	2.41	0	0	17	77.27	0	0	22	9.28
5	تلفزيون الشرقية	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	وكالة نينا	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	المجموع	207	100	8	100	22	100	0	0	237	100

أ.الصوت لوحده(Sound alone):-

حقق موقع راديو سوا على الصفحة الرئيسة في هذا الإستخدام (202) تكراراً بنسبة 97.58٪ وهي أعلى نسبة إذ لم تسجل بقية المواقع أية قيمة بإستثناء موقع

إذاعة العراق الحر كان بمجموع (5) تكرار بنسبة 2.41٪ ، وإنحصار هذه النسبة براديو سوا كون الموقع مكمل لإذاعة إذ إستخدمت ملفاتها الصوتية ونشرتها عبر الموقع من خلال زاوية (سوا ماغازين) ، أما موقع إذاعة العراق الحر إقتصر في هذا الإستخدام على البث المباشر تحت أيقونة (تفاصيل عن البث) في برامجه كأوراق الصباح ، وأخباره في حصاد اليوم ، وحسب الطلب ، ولم تستغل مالديها من ملفات صوتية لتضعها بزاوية منفردة على صفحتها الرئيسة كما فعل موقع راديو سوا ، ولكنها إستخدمت ملفات الصوت في إستخدامات أخرى كما سيبينها الجدول أعلاه.

ب.الصوت مع الصورة (The sound with the picture):-

في هذا الإستخدام لم تسجل أي من المواقع الإلكترونية أية قيمة تذكر في هذا الإستخدام وإنفرد موقع راديو سوا بذلك بـمجموع (8) تكراراً بنسبة 100٪ ،إذ إستخدم الموقع بثه المباشر مع صورة ثابتة عن أهم معلم تراثي او أثري في الدولة التي يبث بإسمها وكان عدد البث المباشر لراديو سوا هو لثمانية دول: (سوا العراق ، سوا مصر ، سوا لبنان ، سوا الخليج ، سوا الأردن ، سوا السودان ، سوا ليبيا ، سوا المغرب) ، اما المواقع الأخرى كونها مواقع لم تعتمد على ملفات الصوت لطبيعة إنشائها فبعضها مكملة لفضائيات كما هو الحال في العربية نت وتلفزيون الشرقية ، وبعض الآخر إخبارية إلكترونية فقط كما هو الحال مع موقعي وكالة نينا ومحيط ، أما راديو سوا وإذاعة العراق الحر فهما موقعان مكملان أو إمتداد لإذاعتين.

ت.الصوت مع النص والصورة(Audio with text and image):-

حقق موقع إذاعة العراق الحر مجموع (17) تكراراً بنسبة 77.27٪ ، ويليه ثانياً موقع راديو سوا بـ(5) تكراراً بنسبة 22.72٪ ، وذلك كون الموقعان يرفدان أخبارهما النصية بالصورة مع ملف صوتي للخبر مأخوذ من الإذاعة ، اما بقية المواقع

لم تسجل اية قيمة تذكر كونها ليس لها إمتداد لبث إذاعي تعتمد من خلاله على ملفات الصوت.

ث.الصوت مع الرسوم(Sound with fees):-

لم تسجل كافة المواقع الإلكترونية أي تكرار في هذا الإستخدام كون أغلب المواقع لاتعتمد على تقنية مزج الصوت بالرسوم (على الرغم من توفرها) والتي تحتاج لتعليق وتوضيح كمؤشرات الأسهم الإقتصادية أو حالات الطقس او مخططات ورسوم البحوث والدراسات إذ إنها تحتاج الى جهد فني وتقني.

وطبقاً للمجموع الكلي لإستخدام الصوت في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية فقد حقق موقع راديو سوا المرتبة الأولى بمجموع (215) تكراراً بنسبة 90.71٪ ، وثانياً موقع إذاعة العراق الحر بمجموع (22) تكراراً بنسبة 9.28٪ ، فيما بقية المواقع بلا قيمة.

جدول (17)

يبين المجموع الكلي لإستخدام الصوت في المواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الثانية

2014

ت	الموقع الالكتروني	المجموع الكلي		
		تكرار	%	الترتيب
1	إذاعة العراق الحر	411	54.36	1
2	راديو سوا	345	45.63	2
3	العربية نت	0	0	0
4	محيط	0	0	0
5	تلفزيون الشرقية	0	0	0
6	وكالة نينا	0	0	0
المجموع		756	100	

وفقاً لبيانات الجدول(17) أعلاه فإن المجموع النهائي لإستخدام الصوت في صفحات المواقع الإلكترونية خلال المدة الثانية (كانون الثاني ، شباط ، آذار) 2014 ، جاء موقع إذاعة العراق الحر أولاً بمجموع (411) تكراراً بنسبة 54.36٪ ، ويليه ثانياً موقع راديو سوا بجموع (345) تكراراً بنسبة 45.63٪ ، وكما بينا سابقاً إن إنفراد الموقعين بإستخدام الصوت كونهما مكملين لإذاعتين وقد وظفا الملفات الصوتية

للأخبار والبرامج في مواقعهما الإلكترونية لإشباع حاجة المتلقي في الإستماع ومتابعة البرامج والأخبار التي يرغب في السماع لها عبر موقع الإذاعة. أما بقية المواقع فلم تستخدم الصوت مع أخباره أومواضيعها الأخرى معتمدة على واسطة النص والصورة والفيديو.

5. إستخدامات الرسوم(Uses fees):-

بيانات الجدول (18) أدناه توضح إستخدامات الرسوم على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية في أثناء المدة الزمنية الثانية للبحث وجاءت النتائج وفق الآتي:-

جدول (18)

يبين إستخدامات الرسوم على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية ـــ 2014

ت	الموقع الالكتروني	رسوم بسيطة		رسوم معقدة		المجموع الكلي	
		تكرار	٪	تكرار	٪	تكرار	٪
1	العربية نت	15	18.75	2	15.3 8	17	18.27
2	محيط	23	28.75	0	0	23	24.73
3	راديو سوا	14	17.5	0	0	14	15.05
4	إذاعة العراق الحر	20	25.0	0	0	20	21.50
5	تلفزيون الشرقية	4	5.0	0	0	4	4.30
6	وكالة نينا	4	5.0	11	84.6 1	15	16.12
	المجموع	80	100	13	100	93	100

أ.رسوم بسيطة (Fee simple binary):-

موقع محيط جاء في المرتبة الأولى بـ(23) تكراراً بنسبة 28.75٪ ، وثانياً موقع إذاعة العراق الحر بـ(20) تكراراً بنسبة 25.0٪ ، وثالثاً موقع العربية نت بـ(15) تكراراً بنسبة 18.75٪ ، ورابعاً موقع راديو سوا بـ(14) تكراراً بنسبة 17.5٪ ، وخامساً موقعي تلفزيون الشرقية ووكالة نينا بـ(4) تكراراً بنسبة 5.0٪ لكل منهما.

ب.رسوم معقدة(Fees complex):-

في هذا الإستخدام حقق موقع وكالة نينا أكثر نسبة بمجموع (11) تكراراً بنسبة 84.61٪ ويليه موقع العربية نت بـ(2) تكراراً بنسبة 15.38٪ ، أما بقية المواقع فلم تسجل أية قيمة ، والرسوم المعقدة الذي سجلها موقع نينا والعربية لم تكن على شكل افلام كارتون متحركة وإنما كانت رسوم فلاشية بتقنية الحركة والإختفاء والظهور.

ومن المجموع الكلي لإستخدامات الرسوم بفئتيه من قبل المواقع الإلكترونية فإن ترتيبها يكون بالآتي:-

موقع محيط أولاً بمجموع (23) تكراراً بنسبة 24.73٪ ، وثانياً موقع إذاعة العراق الحر بـ(20) تكراراً بنسبة 21.50٪ ، وثالثاً موقع العربية نت بـ(17) تكراراً بنسبة 18.27٪ ، ورابعاً موقع وكالة نينا بـ(15) تكراراً بنسبة 16.12٪ ، وخامساً موقع راديو سوا بـ(14) تكراراً بنسبة 15.05٪ ، وسادساً موقع تلفزيون الشرقية بمجموع (4) تكراراً بنسبة 4.30 ٪.

المبحث الثالث

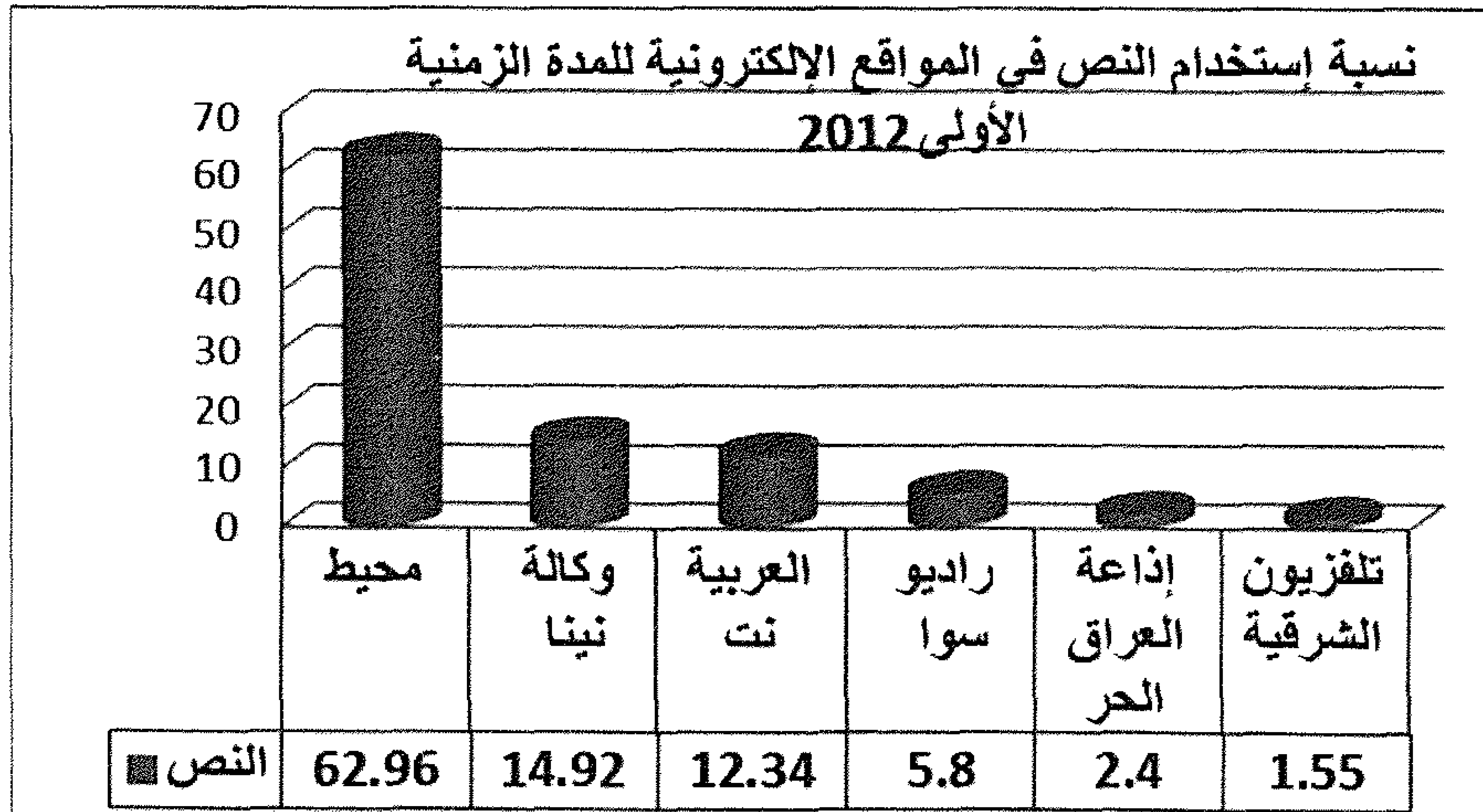
مقارنة إستخدامات الوسائط المتعددة بين المواقع العربية والناطقة بالعربية والمواقع العراقية للمدتين الزمنيتين 2012ـ 2014

أولاً : إستخدامات الوسائط المتعددة في المواقع الإلكترونية :-

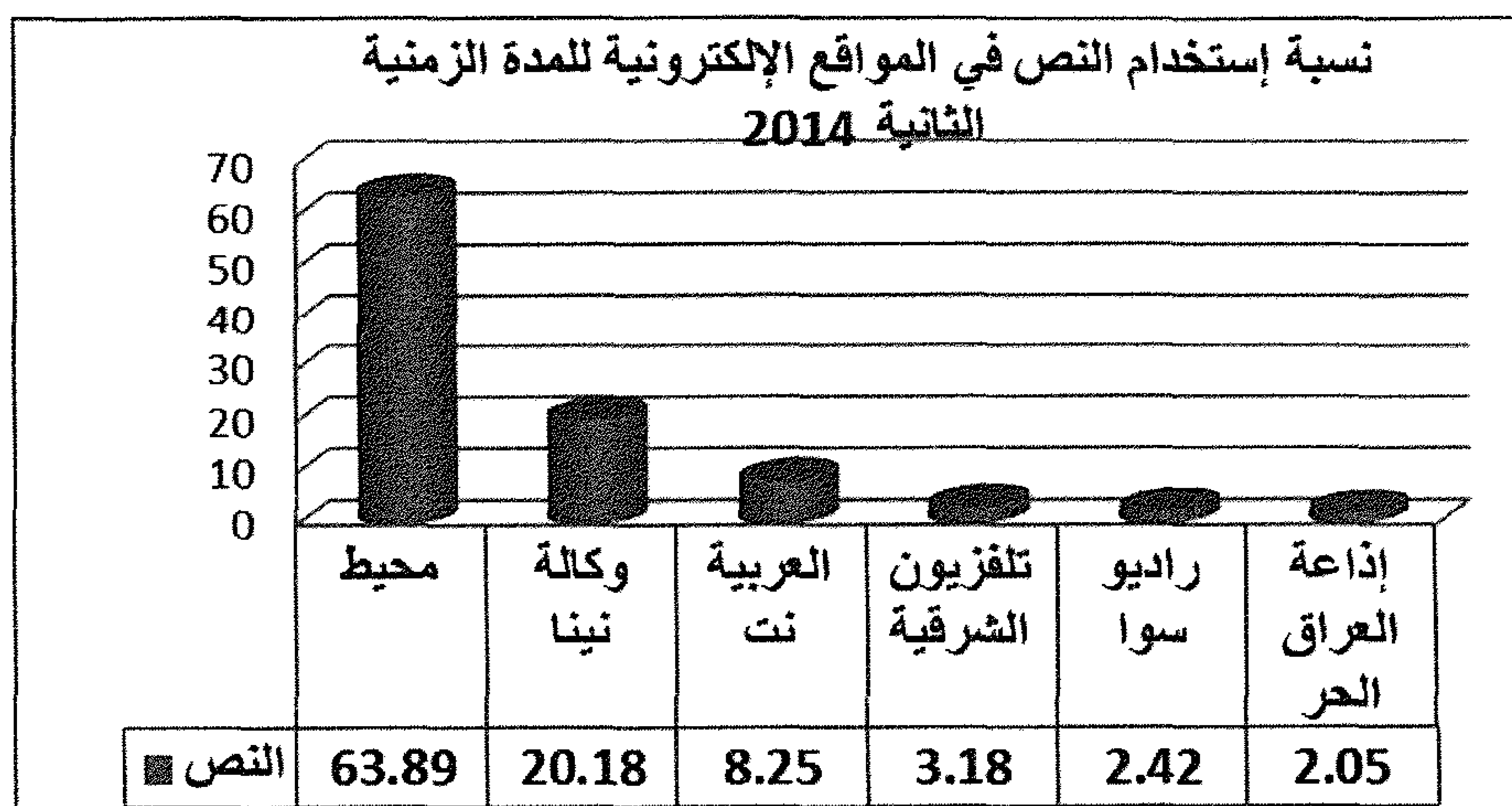
1. **واسطة النص** (The Text):

مقارنةً بالبيانات التي أفرزها الشكلان (1) و(2) أدناه للنسب النهائية لواسطة النص المستخدمة في المواقع الإلكترونية عينة البحث للمدتين الزمنيتين الأولى (حزيران، تموز ، آب ، 2012) والثانية (كانون الثاني ، شباط ، آذار،2014) كانت النتائج والترتيب للمواقع بالآتي:-

الشكل (1)



الشكل (2)



أ. إحتل موقع شبكة الإعلام العربية (محيط) المرتبة الأولى في كلتا المدتين الزمنيتين للبحث لواسطة النص بنسبتين مئويتين متقاربتين(62.96%) في الأولى و (63.89%) في المدة الثانية ، وحصول الموقع على هذه النسبة الكبيرة في إستخدام النص كونه ينشر نسبة كبيرة من الأخبار والمعلومات في صفحاته كافة إذ جاء بمجموع (12181) تكراراً في المدة الزمنية الأولى ، و(14231) تكراراً في المدة الزمنية الثانية وهذا يجعل إستخدامه للنص مع الخبر والمعلومات يفوق بقية المواقع الأخرى.

ب. يأتي في المرتبة الثانية موقع (وكالة نينا للأنباء) بنسبتين مئويتين مختلفتين في المدة الزمنية الأولى كانت النسبة (14.92%) وهي أقل من النسبة الثانية (20.18%) التي حققها الموقع نفسه للمدة الثانية ، وعلى الرغم من الإختلاف في النسبتين نحو إرتفاعها في المدة الزمنية الثانية 2014 بقي الموقع محافظاً على ترتيبه الثاني لكلا المدتين ويعود ذلك لنشره الأخبار بكمية أكبر كونه وكالة أنباء تعتمد الخبر

لتوزيعه بين المشتركين معها إذ كان مجموع إستخدامه للنص في المدة الزمنية الأولى(2887) تكراراً ، و(4496) تكراراً للمدة الزمنية الثانية.

ت. جاء في المرتبة الثالثة موقع(العربية نت) لكلا المدتين بنسبتين مختلفتين في الأولى كان(12.34%) وفي المدة الثانية(8.25%) وإنخفاض نسبة إستخدام النص عن الأولى كون الموقع لايعتمد فقط على النص وإنما على وسائط أخرى ومنها الفيديو والصورة ، إذ كان مجموع تكرار نشر الأخبار والمواضيع الأخرى في الموقع خلال مدة البحث بلغت(2389) تكراراً في المدة الزمنية الأولى ، و(1838) تكراراً للمدة الزمنية الثانية وهذا يعني أن الموقع يفضل إستخدام الوسائط الأخرى مقللاً من النص قدر الإمكان.

ث. حقق موقع (راديوسوا) المرتبة الرابعة بنسبة مئوية (5.8%) للمدة الزمنية الأولى 2012 ، والمرتبة الخامسة بنسبة مئوية(2.42%) للمدة الزمنية الثانية 2014 ، وهذا الإختلاف في النسبتين في إستخدام النص لأن الموقع قد تطور من حيث إستخدام الوسائط الأخرى كالصوت كونه مكملاً لإذاعة ، فضلاً عن الفيديو والصورة ولم يعتمد على النص بشكل أكبر كما كان في المدة الزمنية الأولى للبحث في 2012 الذي كان فيه النص بمجموع (1123) تكراراً ، فيما كان (540) تكراراً خلال المدة الزمنية الثانية للبحث في 2014.

ج. موقع (إذاعة العراق الحر) جاء في المرتبة الخامسة بنسبة مئوية(2.40٪) للمدة الزمنية الأولى ، والمرتبة السادسة بنسبة(2.05٪) للمدة الزمنية الثانية للبحث ، والنسبتان لم تشكلان فارقاً كبيراً على الرغم من إختلاف الموقع في تسلسله في الترتيب ، إذ حافظ على ما ينشره من أخبار ومواضيع يرافقها النص بمجموع (466) تكراراً للمدة الزمنية الأولى للبحث ، و(457) تكراراً للمدة الزمنية الثانية

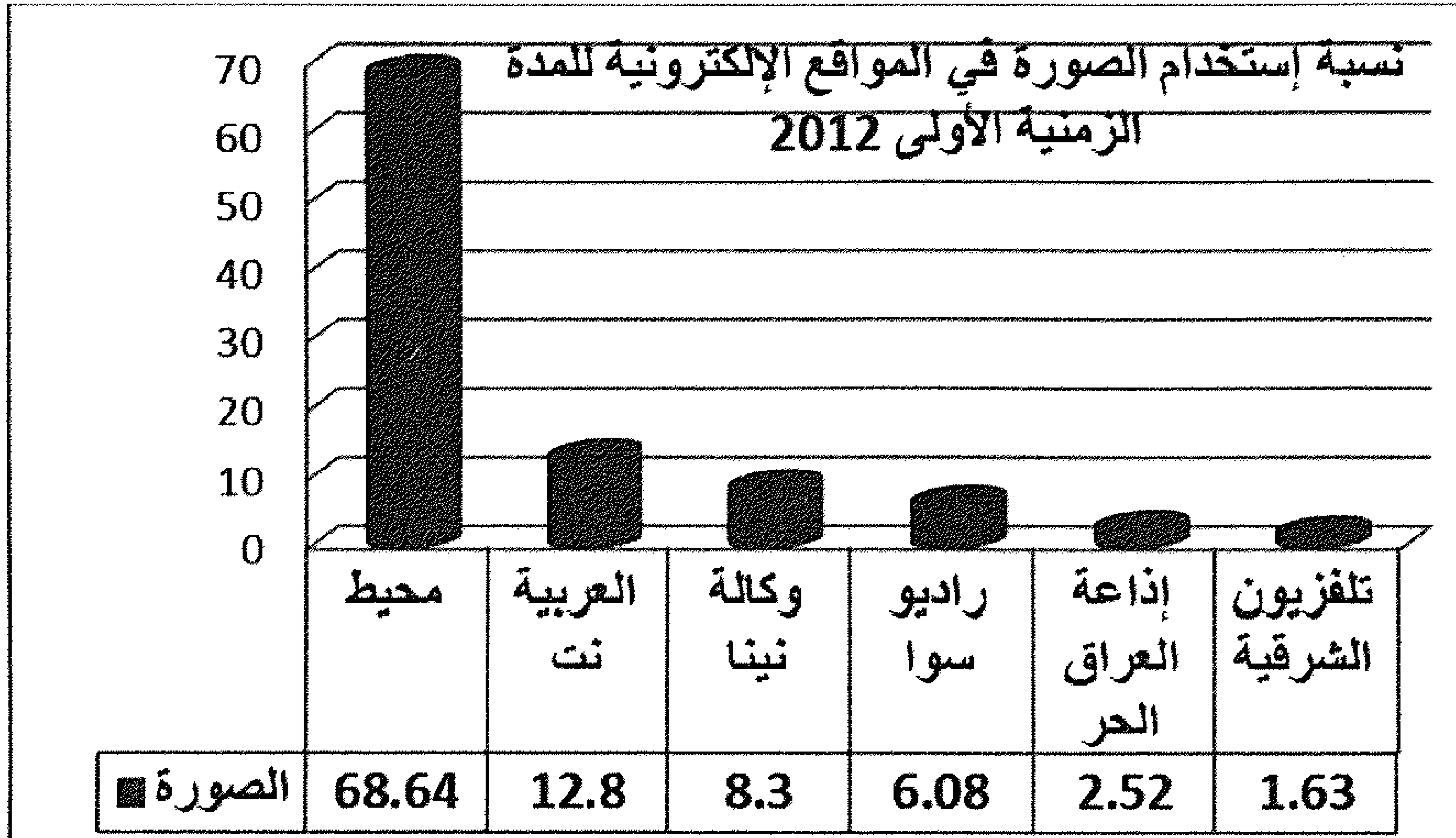
، وتعد كمية الأخبار قياساً للمواقع الأخرى عينة البحث قليلة وهذا ما جعل نسبة إستخدام النص أقل.

ح. جاء في المرتبة السادسة موقع (تلفزيون الشرقية) بنسبة مئوية (1.55%) للمدة الزمنية الأولى ، والمرتبة الرابعة بنسبة(3.18%) للمدة الزمنية الثانية ، والتباين في النسب والترتيب في إستخدامه لواسطة النص يعود لكمية الأخبار والمواضيع التي ينشرها على موقعه إذ كان (30) تكراراً للمدة الزمنية الأولى ، وإرتفع المجموع ليكون (710) تكراراً للمدة الزمنية الثانية.

2.**واسطة الصورة** (The Image):-

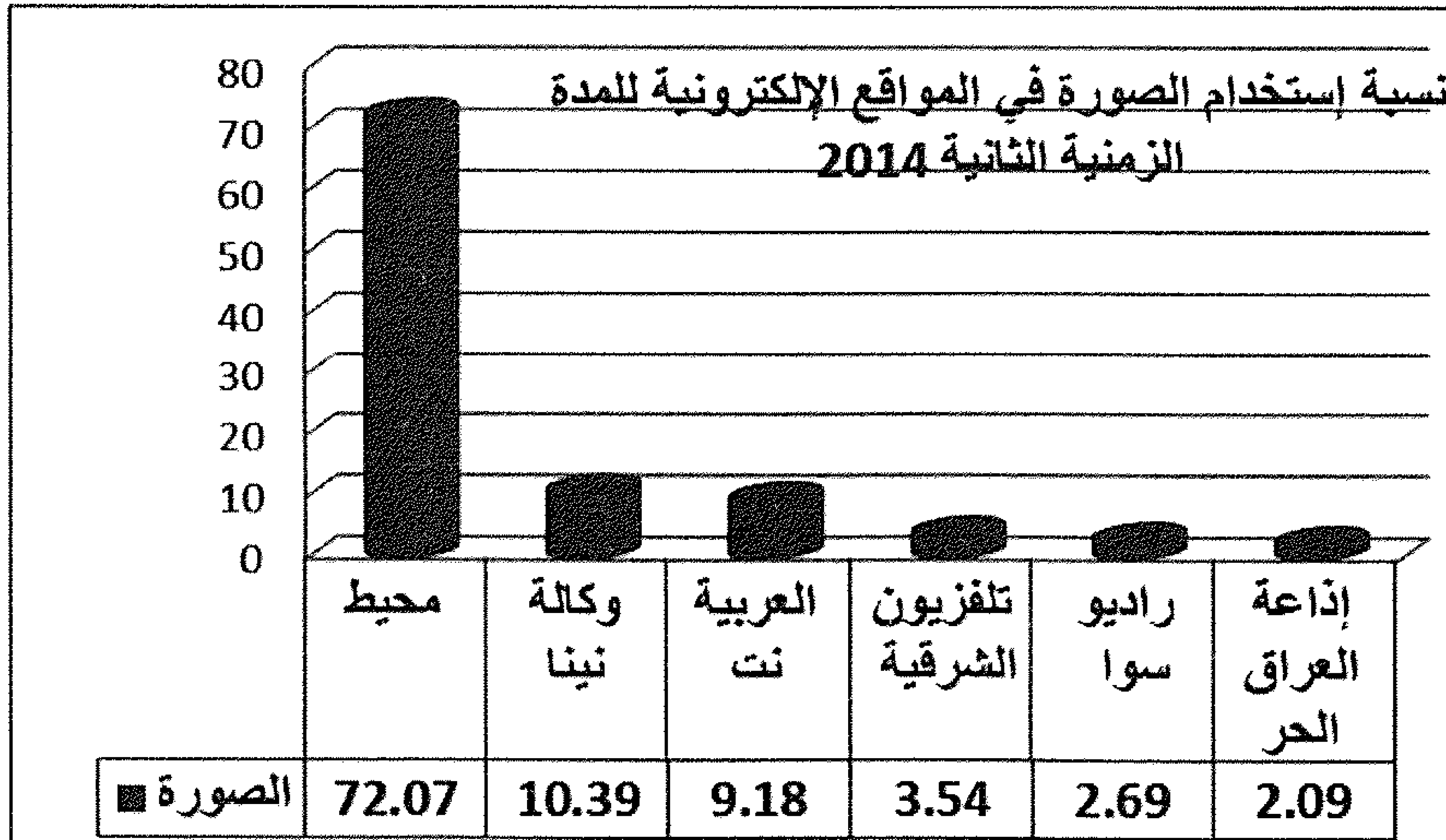
بيانات الشكلين(3) و(4) أدناه توضح مقارنة النسب النهائية لإستخدام الصورة في المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والمواقع العراقية في أثناء المدتين الزمنيتين للبحث الأولى في (2012) والثانية في (2014) إذ جاءت النسب وترتيب المواقع بالآتي:-

الشكل (3)



	محيط	العربية نت	وكالة نينا	راديو سوا	إذاعة العراق الحر	تلفزيون الشرقية
الصورة	68.64	12.8	8.3	6.08	2.52	1.63

الشكل (4)



	محيط	وكالة نينا	العربية نت	تلفزيون الشرقية	راديو سوا	إذاعة العراق الحر
الصورة	72.07	10.39	9.18	3.54	2.69	2.09

أ. حقق موقع شبكة الإعلام العربية (محيط) المرتبة الأولى لكلتا المدتين الزمنيتين للبحث لواسطة الصورة بنسبة(68.64%) للمدة الزمنية الأولى 2012 ، ونسبة (72.07) للمدة الزمنية الثانية 2014 ، وذلك كون الموقع يستخدم الصورة مع كافة مواضيعه وأخباره فضلاً عن نشر أحداث بصور متعددة ، وأيضاً الكم الكبير في نشر الأخبار التي ترافقها صور ، إذ كان المجموع (12662) تكراراً في المدة الزمنية الأولى ، و(14424) تكراراً للمدة الزمنية الثانية وهي نسبة إستخدام للصورة أكبر من المدة الزمنية الأولى للبحث ، وهذا يدل على تطور الموقع وأيضاً تفوقه على بقية المواقع في في إستخدام واسطة الصورة.

ب. موقع (العربية نت) جاء ثانياً بنسبة(12.8٪) للمدة الزمنية الأولى ، وإحتل المرتبة الثالثة بنسبة (9.18٪) للمدة الزمنية الثانية ، وتراجع العربية نت في النسبة والترتيب في واسطة الصورة خلال مدة البحث الثانية كون مجموع الأخبار والمواضيع الأخرى أقل عدداً من المدة الزمنية الأولى التي كانت بمجموع (2362) تكراراً فيما كانت (1838) تكراراً للمدة الزمنية الثانية للبحث ، وعلى الرغم من تميز الصفحة الرئيسة للموقع في تصميمها بإستخدام الصورة بنسبة أكبر من بقية المواقع الأخرى إلا أنه في كلتا المدتين كان الموقع في النسبة النهائية للمجموع الكلي لإستخدام الصورة قليلاً قياساً لإمكانات الموقع الفنية والمهنية والتقنية الكبيرة فضلاً عن كونه مكملاً لفضائية هي العربية.

ت. موقع (وكالة نينا) كان في المرتبة الثالثة بنسبة (8.3٪) للمدة الزمنية الأولى وجاء ثانياً بنسبة(10.39٪) للمدة الثانية ، والموقع حقق صعوداً قليلاً في نسبة إستخدام الصورة قياساً للمدة الزمنية الأولى للبحث ، إذ كان (1532) تكراراً في المدة الأولى و(2081) تكراراً للمدة الثانية ، ومع تقدم الموقع في زيادة إستخدام

الصورة إلا إنه مازال يفتقر للصورة بشكل أكبر على موقعه قياساً على الكم الكبير من ما ينشره من الأخبار.

ث. موقع (راديو سوا) جاء بالمرتبة الرابعة بنسبة (6.08٪) تكراراً خلال المدة الزمنية الأولى ، وتراجع الى المرتبة الخامسة بنسبة (2.69٪) للمدة الزمنية الثانية ، والتراجع يعود الى إنخفاض نسبة الأخبار المنشورة التي ترافقها الصور لمجموع (540) تكراراً خلال المدة الزمنية الثانية للبحث ، فيما كانت بمجموع (1123) تكراراً للمدة الزمنية الأولى ، والتباين في النسب ومجموع التكرارات لإستخدام الصورة يعود الى أن الموقع طور من إستخدامات الوسائط المتعددة نحو واسطة الصوت كونه مكملاً لإذاعة.

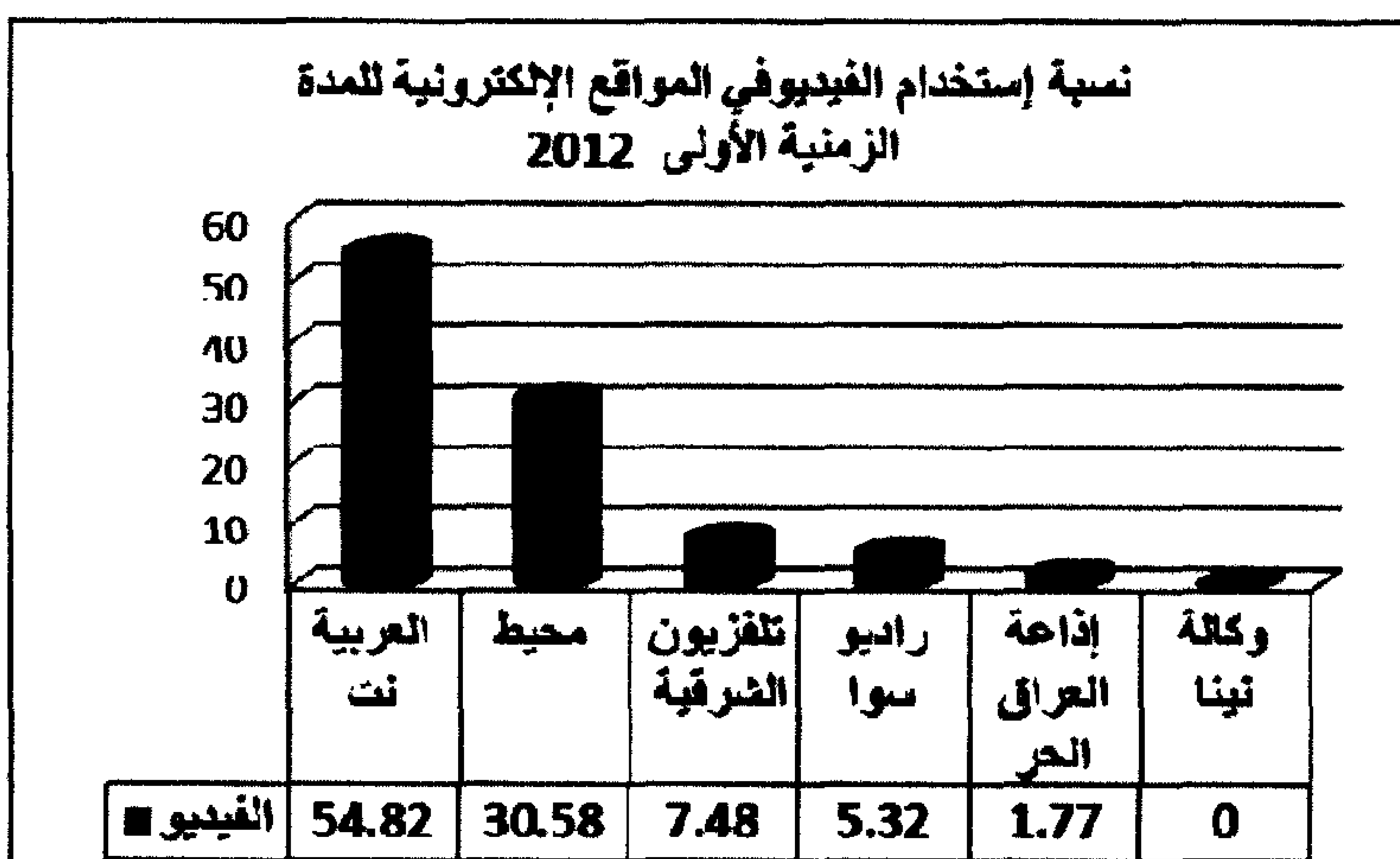
ج. موقع (إذاعة العراق الحر) حصل على المرتبة الخامسة بنسبة (2.52%) للمدة الزمنية الأولى ، إلا أنه تراجع الى المرتبة السادسة بنسبة (2.09%) للمدة الثانية ، والسبب يعود الى محدودية الأخبار والمواضيع الأخرى في الموقع وهذا ما يجعل إستخدام الصورة بكميتها يتناسب وما ينشر من عدد الأخبار في الموقع في أغلب الأحيان إذ بلغ مجموع تكرارات الصورة (466) تكراراً للمدة الأولى ، و(419) تكراراً للمدة الثانية.

ح. موقع (تلفزيون الشرقية) جاء سادساً بنسبة (1.63%) لمدة البحث الأولى 2012 ، إلا أنه في المدة الزمنية الثانية للبحث 2014 جاء في المرتبة الرابعة بنسبة (3.54%) ، وتقدم الموقع خلال المدة الثانية للبحث في إستخدام الصورة يعود الى زيادة في عدد الأخبار التي نشرها الموقع الى الضعف إذ بلغ مجموع تكرار الصورة (710) تكراراً مقارنة بمجموع المدة الأولى الذي بلغ (301) تكراراً.

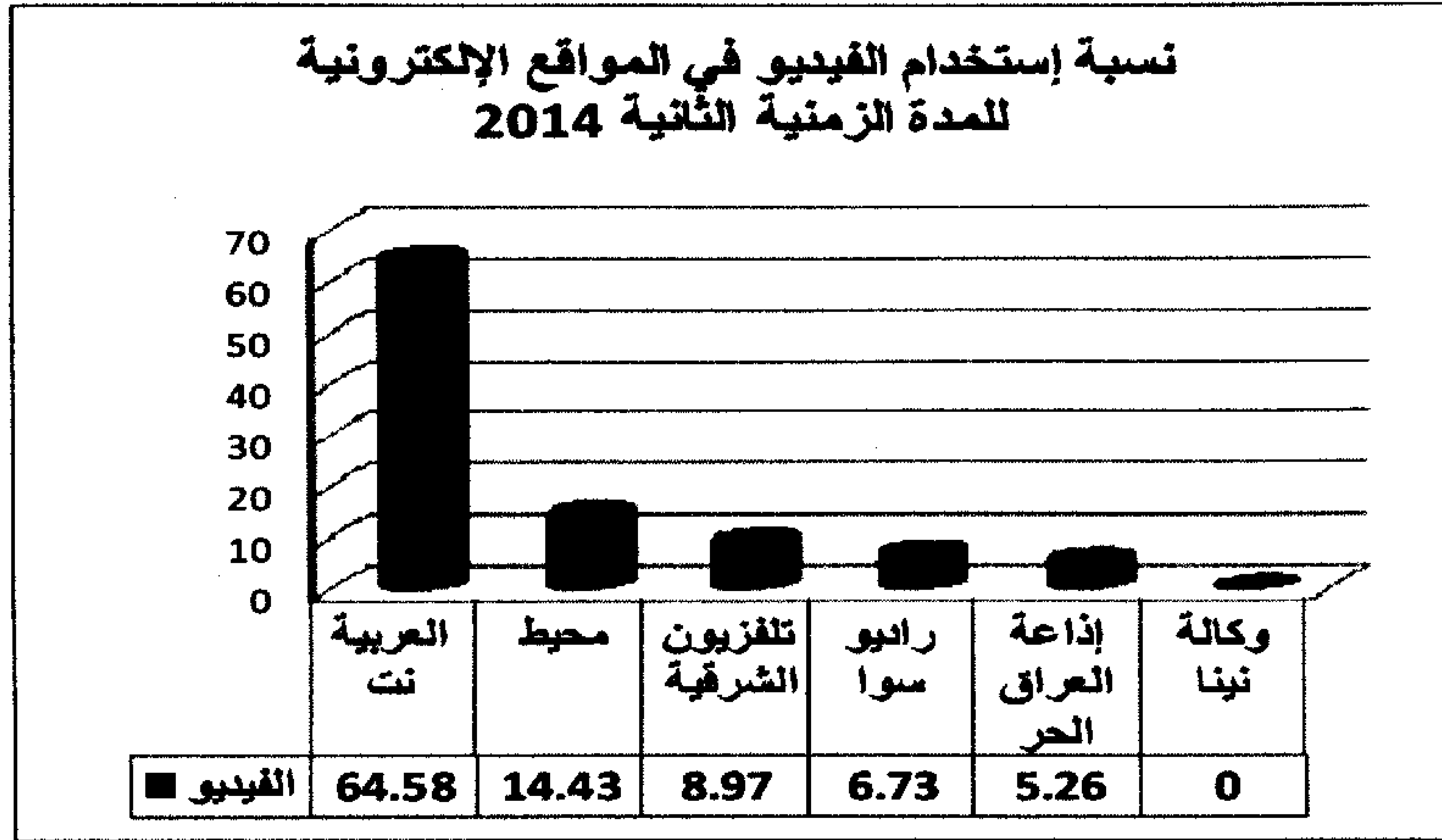
3.واسطة الفيديو(The Video):-

طبقاً لمعطيات الشكلين(5) و(6) أدناه توضح النسبة النهائية للمواقع الإلكترونية في إستخدام واسطة الفيديو للمدتين الزمنيتين الأولى والثانية لعينة البحث، وجاءت وفق الآتي:-

الشكل(5)



الشكل(6)



أ. موقع (العربية نت) إحتل المرتبة الأولى لمدتي البحث الأولى بنسبة (54.82%) بمجموع (432) تكراراً ، والثانية بنسبة (64.58%) بمجموع (662) تكراراً عن بقية المواقع الأخرى كون الموقع مُكمل لفضائية العربية إذ إستخدم بنسبة كبيرة ملفات الفيديو المسجلة لبرامجه وأخباره ورفعها على صفحات الموقع ليتسنى للمتصفح متابعتها حسب رغبته.

ب. موقع شبكة الإعلام العربية (محيط) جاء ثانياً في كلتا مدتي البحث ، إذ كانت نسبته في المدة الأولى (30.58٪) بمجموع(241) تكراراً ، ونسبته في المدة الثانية كانت (14.43%) بمجموع(148) تكراراً ، وعلى الرغم من أن الموقع إخباري إلا أنه إستخدم واسطة الفيديو مع بعض أخباره السياسية والمنوعة وما يأخذه من فضائيات والإعلان ليضفي لها المصداقية والحيوية والجذب للمتلقي ، وتراجع الموقع في النسبة ومجموع تكرارات إستخدام الفيديو في المدة الزمنية الثانية 2014 للبحث يعود الى إنخفاض نسبة إستخدام الفيديو مع الأخبار إذ جاءت بمجموع (106) تكراراً فيما كانت بمجموع (241) للمدة الأولى 2012 ، إلا أنه في المدة

الثانية طور الموقع من إستخدام الفيديو تحت عنوان (فضائيات) ومع بعض الإعلانات الترويجية.

ت. موقع تلفزيون الشرقية إحتل المرتبة الثالثة في كلتا مدتي البحث ، إذ جاء بنسبة(7.48%) لمجموع (59) تكراراً للمدة الزمنية الأولى 2012 ، وبنسبة (8.97٪) لمجموع (92) تكراراً للمدة الزمنية الثانية 2014 ، والموقع زاد من إستخدام ملفات الفيديو التسجيلية لبرامجه ورفعها على موقعه الإلكتروني ليتسنى للمتلقي متابعة ما فاته من على شاشة الشرقية الفضائية ، والموقع على الرغم من إنه إحتل المرتبة الثالثة من بين المواقع الإلكترونية عينة البحث إلا إنه لم يستثمر واسطة الفيديو الحصرية بالموقع لأخبار جديدة وإنما يعرض ملفات فيديو أرشيفية لبرامج الفضائية الشرقية التي يكون الموقع مكمل لها.

ث. موقع راديو سوا حصل على المرتبة الرابعة في كلتا مدتي البحث ، بنسبة (5.32%) للمدة الزمنية الأول لمجموع (42) تكراراً ، وبنسبة (6.73%) للمدة الزمنية الثانية لمجموع (69) تكراراً ، وعلى الرغم من أن الموقع مُكملاً لإذاعة يعتمد على واسطتي النص ، والصوت ، إلا أن إستخدم ملفات الفيديو مع أخباره السياسية والمنوعة لابل إنه في المدة الزمنية الثانية للبحث طورَ من إستخدام للفيديو بما يتلائم وحاجة المتلقي وما يفرضه الواقع الإعلامي من ضرورة إستخدام كافة الوسائط لإيصال الرسالة الإعلامية بصورة واضحة وجذابة.

ج. موقع إذاعة العراق الحر جاء خامساً في كلتا مدتي البحث أيضاً بنسبة (1.77٪) للمدة الأولى لمجموع (14) تكراراً ، وبنسبة (5.26٪) للمدة الثانية لمجموع (54) تكراراً ، والموقع مُكملاً لإذاعة إلا أنه إستخدم واسطة الفيديو مع بعض الأخبار

، وإنه خصص على صفحته الرئيسة زاوية بملفات الفيديو تحت عنوان (وسائط متعددة) مأخوذة من قبل مراسلي الإذاعة أو من قبل وكالات أخرى أو من مستمعي الإذاعة وزوار الموقع حيث تدعو الإذاعة والموقع لتزويدها بملفات الفيديو عن ما يصوره من أحداث لنشره في الموقع الإلكتروني ، وزيادة النسبة في مدة البحث الثانية تعكس مدى إهتمام الموقع بواسطة الفيديو في الرسالة الإعلامية وجذب المتلقي.

ح. موقع (وكالة نينا) لم يسجل أية نسبة كونه لم يستخدم واسطة الفيديو وهذه من سلبيات الموقع ، فعلى الرغم من إنه وكالة أنباء ألكترونية ومتاح له إستخدام كافة الوسائط ومنها الفيديو إلا أنه يعتمد فقط على النص والصورة بما ينشره من أخبار وتحقيقات ومواضيع أخرى.

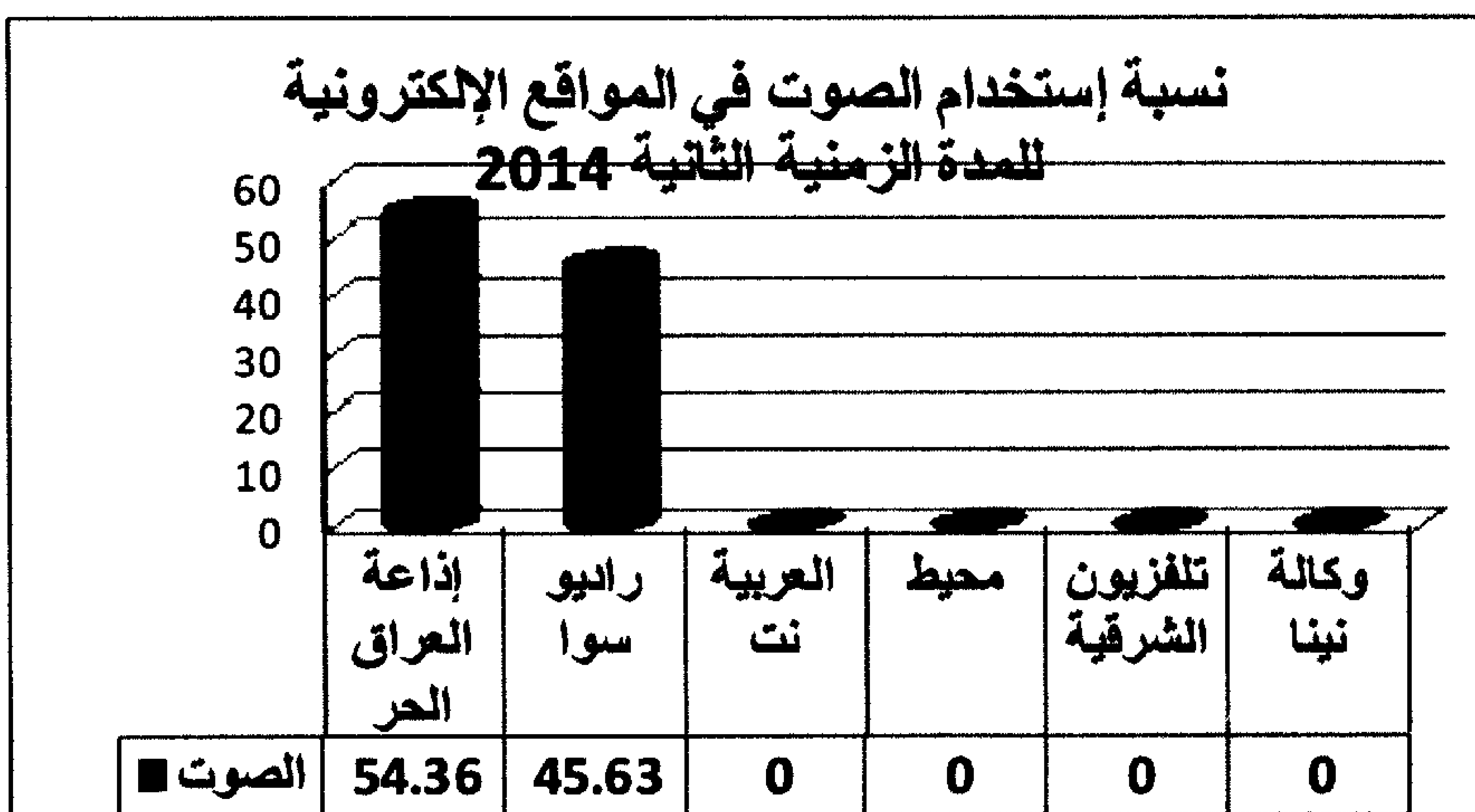
4. **واسطة الصوت** (The Sound):-

طبقاً لبيانات الشكلين(7) و(8) أدناه فإن النسبة النهائية لإستخدام واسطة الصوت لمواقع الإلكترونية عينة البحث في أثناء المدتين الزمنيتين للبحث كانت وفق الآتي:-

الشكل (7)



الشكل (8)



أ. موقع إذاعة العراق الحر جاء بالمرتبة الأولى بنسبة (96.54%) للمدة الزمنية الأولى للبحث 2012 بمجموع (447) تكراراً ، وإحتل أيضاً المرتبة الأولى بنسبة (54.36%) للمدة الزمنية الثانية بمجموع (411) تكراراً ، وذلك لإستخدام

الموقع الملفات الصوتية مع أخباره التي ينشرها على صفحات الموقع لكونه مُكملاً لإذاعة ، والتفاوت في النسب لأن موقع راديو سوا نافسه في إستخدام الصوت خلال المدة الزمنية الثانية للبحث 2014.

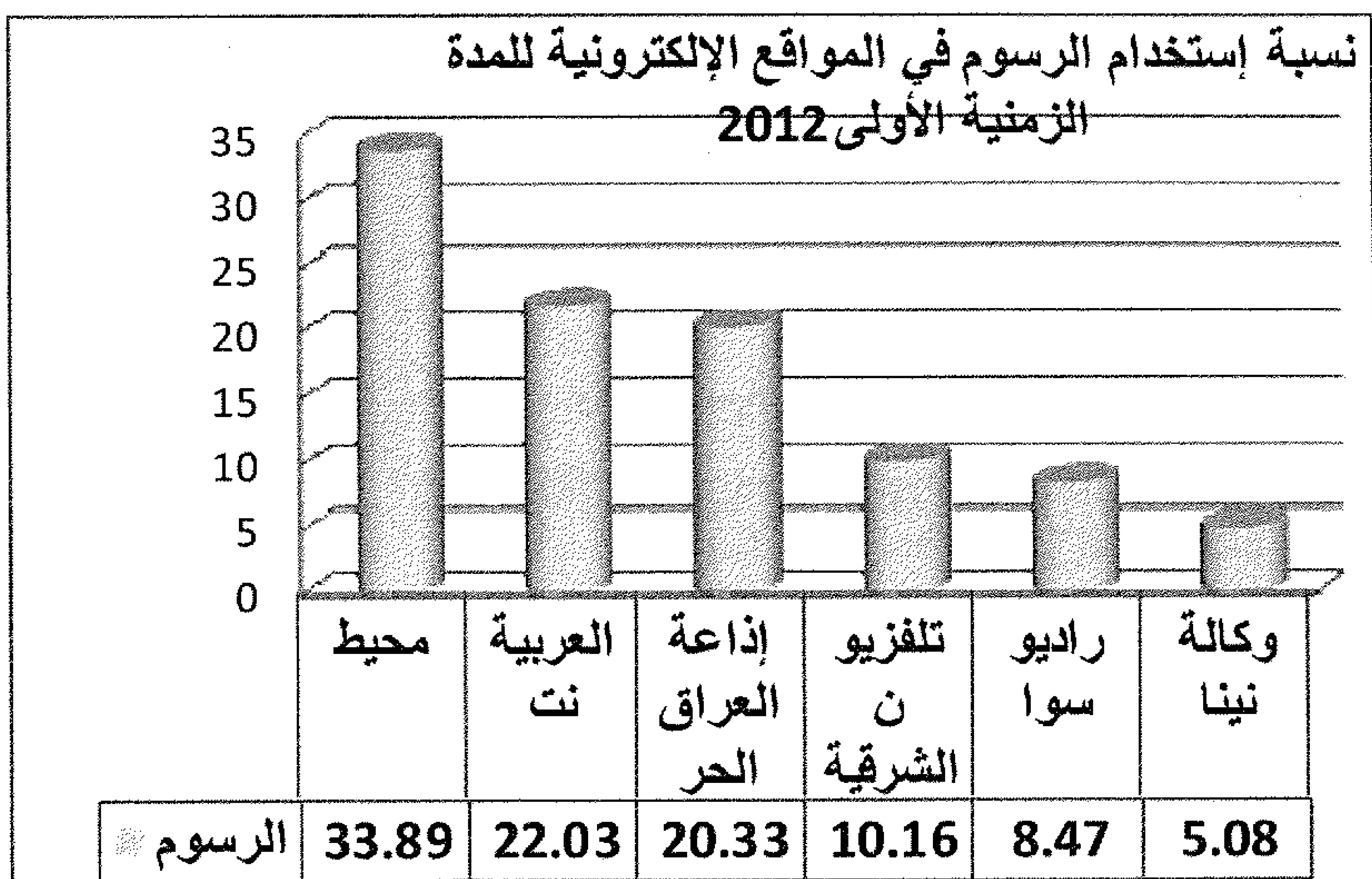
ب. موقع راديو سوا حصل على المرتبة الثانية بنسبة (3.45٪) في المدة الزمنية الأولى 2012 بمجموع (16) تكراراً ، وهي نسبة قليلة جداً في إستخدام واسطة الصوت قياساً لموقع إذاعة العراق الحر ، لاسيما إن الموقع مُكمل لإذاعة إذ إنه لم يستعن بملفاته الصوتية الإذاعية المسجلة ، لكنه تقدم في المدة الزمنية الثانية للبحث 2014 وحقق نسبة(45.63 ٪) بمجموع (345) تكراراً لإستخدامه الملفات الصوتية مع أخباره ومواضيعه فضلاً عن تخصيص صفحة بلملفاته الصوتية المسجلة لإذاعته تحت عنوان (سوا ماغازين) لإتاحة الفرصة للمتلقي في المتابعة الصوتية لما فاته من برامج ومنوعات إذاعية.

ت. أما بقية المواقع (العربية نت ، محيط ، تلفزيون الشرقية ، وكالة نينا) لم يستخدموا واسطة الصوت وكانت النسبة للجميع (0). وعلى الرغم من إنهم إستخدموا وسائط أخرى لكن كان بإمكانهم أن يدعموا أخبارهم بملفات صوتية مسجلة من خلال مندوبيهم ومراسليهم عند لقائهم بمصادر معلوماتهم الإخبارية لتضيف المصداقية والدعم للنص الخبري.

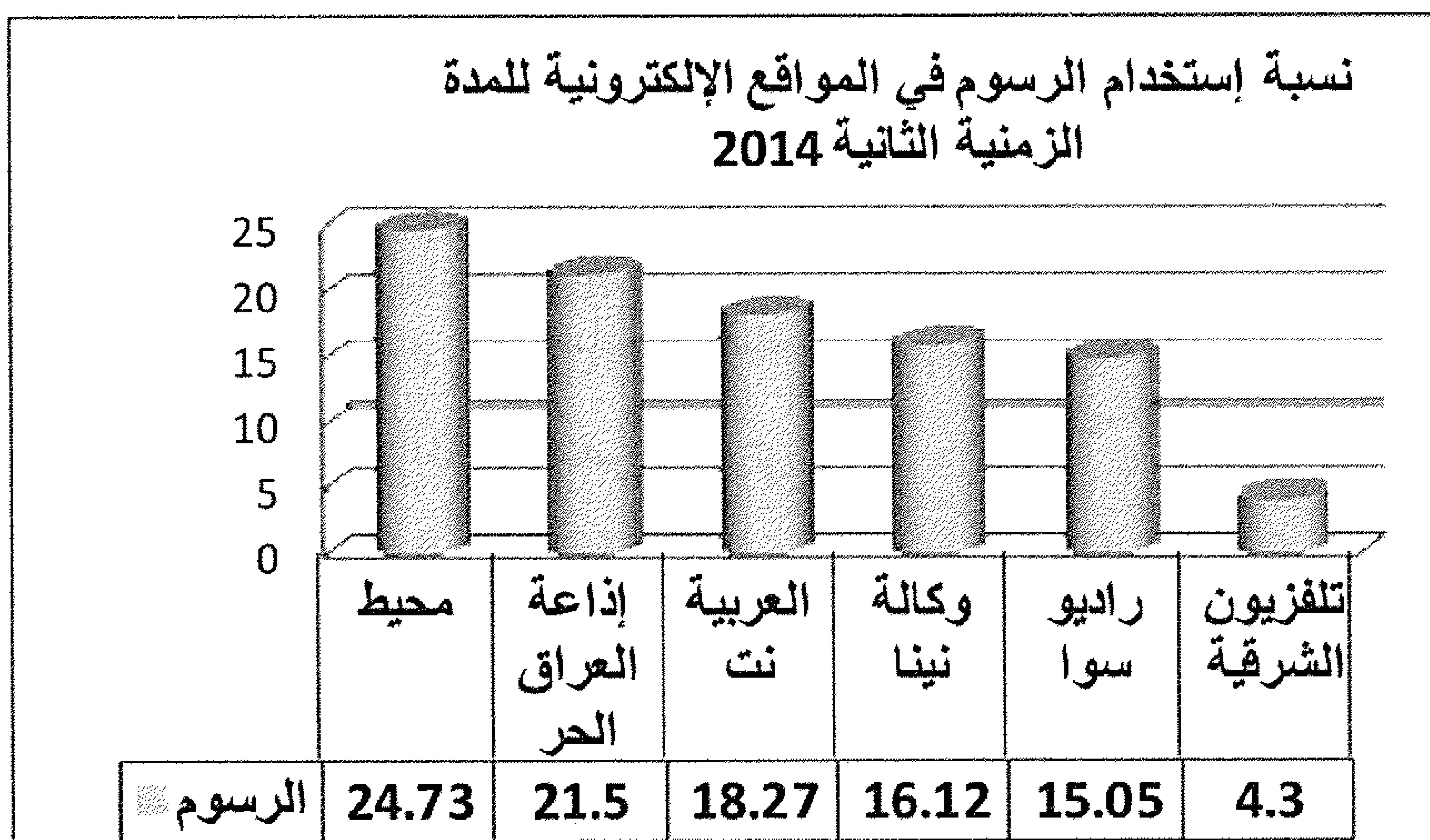
5.**واسطة الرسوم** (The Fees):-

توضح بيانات الشكل(9) و(10) أدناه النسبة النهائية لإستخدام الرسوم في المواقع الإلكترونية عينة البحث للمدتين الزمنيتين 2012 و 2014 ، وكانت النتائج وفق الآتي:-

الشكل(9)



الشكل(10)



أ. موقع محيط إحتل المرتبة الأولى في كلتا المدتين بنسبة (33.89%) لمجموع (40) تكراراً في المدة الزمنية الأولى ، وبنسبة (24.73%) لمجموع (23) تكراراً ، وتراجع الموقع خلال المدة الزمنية الثانية للبحث 2014 في إستخدام الرسوم بنوعيها البسيطة والمعقدة يعود لتغيير الموقع تصميمه مختزلاً كثيراً من الرسوم البسطة التي تشكل رموزاً وأيقونات يستدل من خلالها المتصفح بما يحتاج له من خدمات ومعلومات.

ب. موقع العربية نت جاء بالمرتبة الأولى بنسبة (22.03٪) للمدة الزمنية الأولى لمجموع (26) تكراراً ، وجاء في المرتبة الثالثة بنسبة (18.27٪) لمجموع (17) تكراراً ، وأيضاً موقع العربية تراجع في إستخدام الرسوم على صفحته الرئيسة من حيث رسوم الأيقونات والرموز الأخرى وإقتصر على البعض منها للأكثر أهمية.

ت. موقع إذاعة العراق الحر إحتل المرتبة الثالثة للمدة الزمنية الأولى بنسبة (20.33%) لمجموع (24) تكراراً ، وجاء في المرتبة الثانية للمدة الزمنية الثانية بنسبة (21.5٪) لمجموع (20) تكراراً على الرغم من تناقص مجموع التكرارات في مدة البحث الثانية وذلك كون جميع اغلب المواقع تراجعت في إستخدامه لتغيير في تصميم الصفحة الرئيسة بإستثناء موقعي راديو سوا ووكالة نينا التي زادت من مجموع إستخدام الرسوم.

ث. موقع تلفزيون الشرقية حصل على المرتبة الرابعة بنسبة (10.16%) لمجموع (12) تكرارٌ للمدة الزمنية الأولى ، وتراجع للمرتبة السادسة الأخيرة بنسبة (4.3%) لمجموع (4) تكرار ، والموقع أيضاً إختصر من إستخدامه للرسوم والرموز على صفحته الرئيسة.

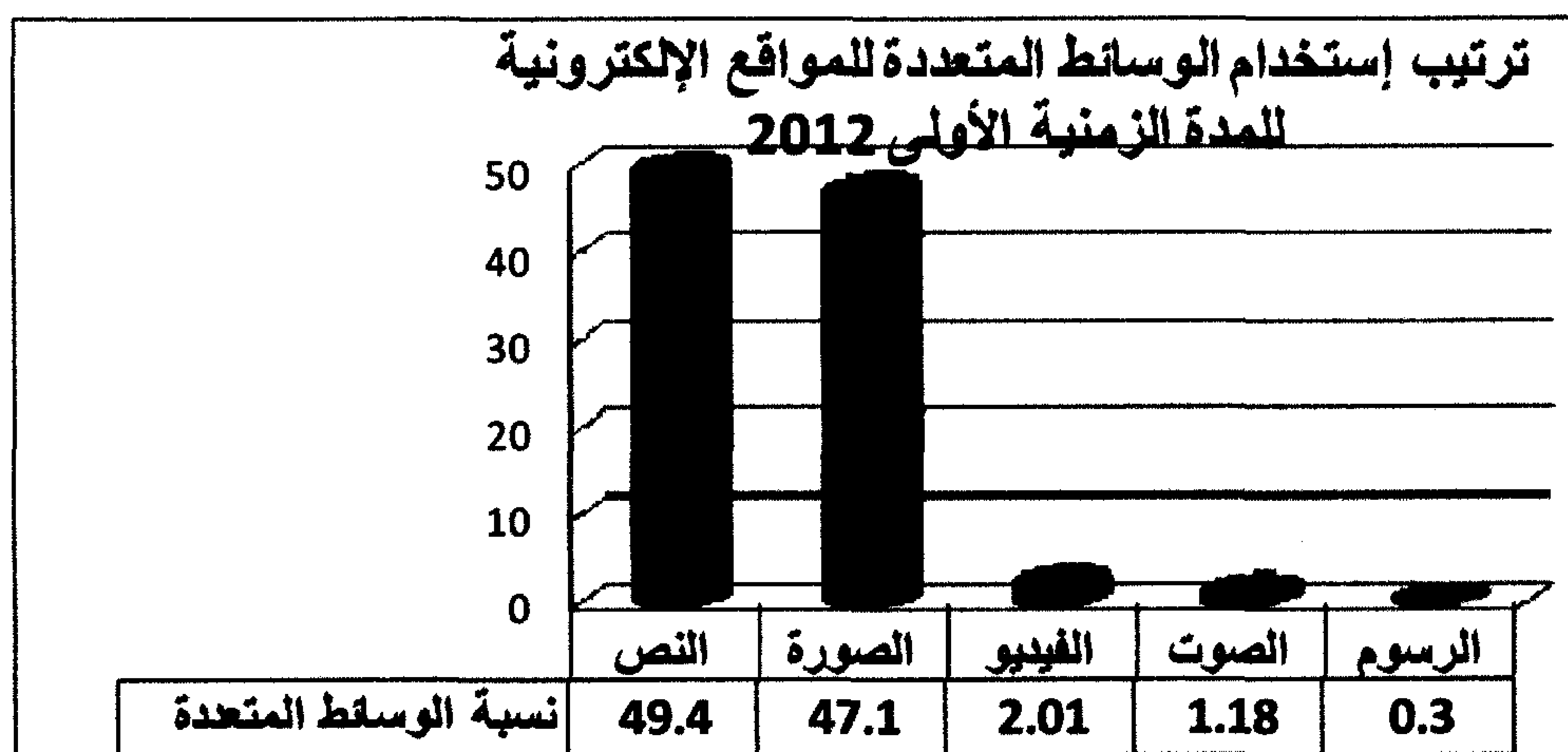
ج. موقع راديو سوا جاء خامساً في كلتا المدتين ، بنسبة (8.47%) لمجموع (10) تكرار للمدة الزمنية الأولى ، وبنسبة (15.05%) لمجموع (14) تكراراً ، والمقوع زاد من رسومه الدلالية على الصفحة الرئيسة خلال مدة البحث الثانية.

ح. موقع وكالة نينا جاء سادساً بالمرتبة الأخيرة بنسبة (5.08%) لمجموع (5) تكرار، وتقدم الى المرتبة الرابعة بنسبة (16.12%) لمجموع (15) تكراراً للمدة الزمنية الثانية 2014، وذلك لإستخدام الرسوم المعقدة مع الحركة على صفحته الرئيسة لاسيما مع رسوم إعلانات الإنتخابات البرلمانية العراقية.

ثانياً : مقارنة ترتيب إستخدام الوسائط المتعددة :-

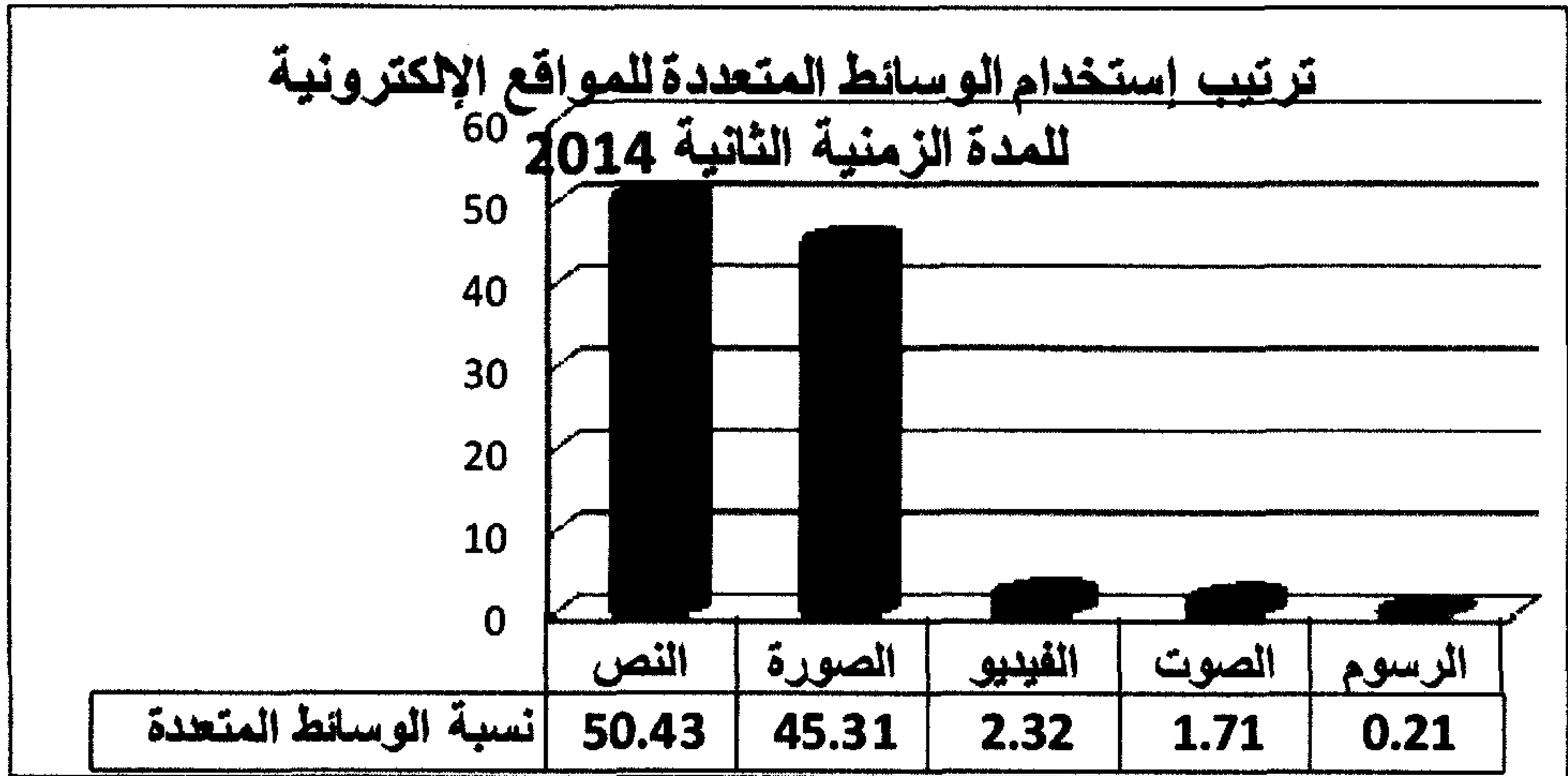
الشكلان (11) و(12) أدناه يوضحان ترتيب الوسائط المتعددة (النص ، الصورة، الفيديو، الصوت ، الرسوم) حسب النسب النهائية لإستخدامها من قبل المواقع الإلكترونية عينة البحث للمدتين الزمنيتين 2012 و2014 كما مبين وفق معطيات النسب المرفقة مع كل واسطة:-

الشكل (11)



	النص	الصورة	الفيديو	الصوت	الرسوم
نسبة الوسائط المتعددة	49.4	47.1	2.01	1.18	0.3

الشكل (12)



	النص	الصورة	الفيديو	الصوت	الرسوم
نسبة الوسائط المتعددة	50.43	45.31	2.32	1.71	0.21

1. واسطة النص(Mode Text):- إحتلت المرتبة الأولى في كلتا المدتين الزمنيتين للبحث2012 و2014 بنسبتين متقاربتين (49.4 ٪) للمدة الأولى ، ونسبة (50.43٪) للمدة الثانية ، وهذا يدل على أن النص هي الواسطة الأكثر إستخداماً في المواقع الإلكترونية مقارنة بالوسائط الأخرى من خلال إستخدامه بالأخبار والمعلومات الأخرى والنص لايمكن لأغلب المواقع أن تستغني عنه حتى لو إستخدمت المواقع ملفات صوتية أو فيديو أو صور إذ إن هذه الوسائط تعد داعمة للنص المكتوب فمازال المتلقي بحاجة للنص للشرح والتوضيح على أي خبر ومعلومة فهو يقرأ أولاً وإذا رغب في السماع والمشاهدة يذهب للملف الصوتي أو الفيديو المرافق للنص إن وجد.

2. واسطة الصورة(Mode Image):- جاءت بالمرتبة الثانية في كلتا المدتين بنسبة (47.1%) للمدة الأولى ، وبنسبة (45.31٪) للمدة الثانية إذ تراجع إستخدام الصورة بنسبة (1.79%) عن المدة الأولى وهذا يعود لإستخدام بعض المواقع للنص الإخباري بلا صور مرفقة كما في موقع وكالة الأنباء نينا ، وعلى الرغم

من ذلك فأن الصورة بكافة فئاتها تشكل الإستخدام الأكبر بعد النص فلا يمكن لأي موقع أن يستغني عن الصورة الصحفية لما تضيفه من وظيفة إخبارية وجمالية في نفس الوقت.

3. واسطة الفيديو(Mode Video):- حققت نسبة تقدم في الإستخدام للمدة الزمنية الثانية 2014 وهذا مؤشر جيد يعكس إهتمام المواقع بهذه الواسطة المهمة والحيوية التي لاتحتاج الى قراءة وإنما فقط المشاهدة والإستماع ، فقد سجلت نسبة (2.01%) للمدة الزمنية الأولى 2012 ، ونسبة (2.32%) للمدة الثانية 2014 ، فبعض المواقع مثل العربية نت وتلفزيون الشرقية وراديو سوا وإذاعة العراق الحر زادت من إستخدامها لواسطة الفيديو مع الأخبار العامة السياسية والمنوعة او ملفات فيديو البرامج المنقولة من الفضائيات ، أما وكالة نينا فهي الوحيدة التي لم تستخدم الفيديو ، وهذا يُعد بأن الموقع الإلكتروني لها غير متكامل مع ما وصلت اليه تطبيقات التكنولوجيا والبرامجيات عبر وسائل الإتصال ومنها شبكة الإنترنت في تحقيق ما يصبو اليه المتلقي من معلومات وصور وصوت وفيديو ورسوم عبر الموقع الإلكتروني.

4. واسطة الصوت (Mode Sound):- جاءت رابعاً لكلتا المدتين بنسبة(1.18%) للمدة الزمنية الأولى 2012 ، وبنسبة (1.71٪) للمدة الثانية 2014 ، ومن البيانات أعلاه تبين إن نسبة إستخدام الصوت في إرتفاع خلال المدة الثانية للبحث في 2014 عن المدة الأولى لاسيما فيما يخص المواقع المكملة لإذاعة مثل إذاعة العراق الحر وراديو سوا ، إذ إستخدما واسطة الصوت مع النص الإخباري وبدونه ، إلا أنه مازالت واسطة الصوت لم تستخدم من قبل المواقع الأخرى كمحيط والعربية نت والشرقية ووكالة نينا ، إذ أن طبيعة هذه المواقع

إما تابعة ومكملة لفضائيات مثل العربية نت وتلفزيون الشرقية أو منفردة متخصصة كموقع إخباري مثل موقعي محيط ووكالة نينا للأخبار ، وكان من الممكن ان يدعموا مواقعهم بملفات صوتية من خلال مندوبيهم أو الإستعانة بوكالات وإذاعات تقتبس منها الملفات الصوتية سواء بالإشتراك أو بالتعاون بين الموقع والإذاعة كما هو الحال في ملفات الفيديو عندما تأخذ من فضائيات ووكالات أخرى.

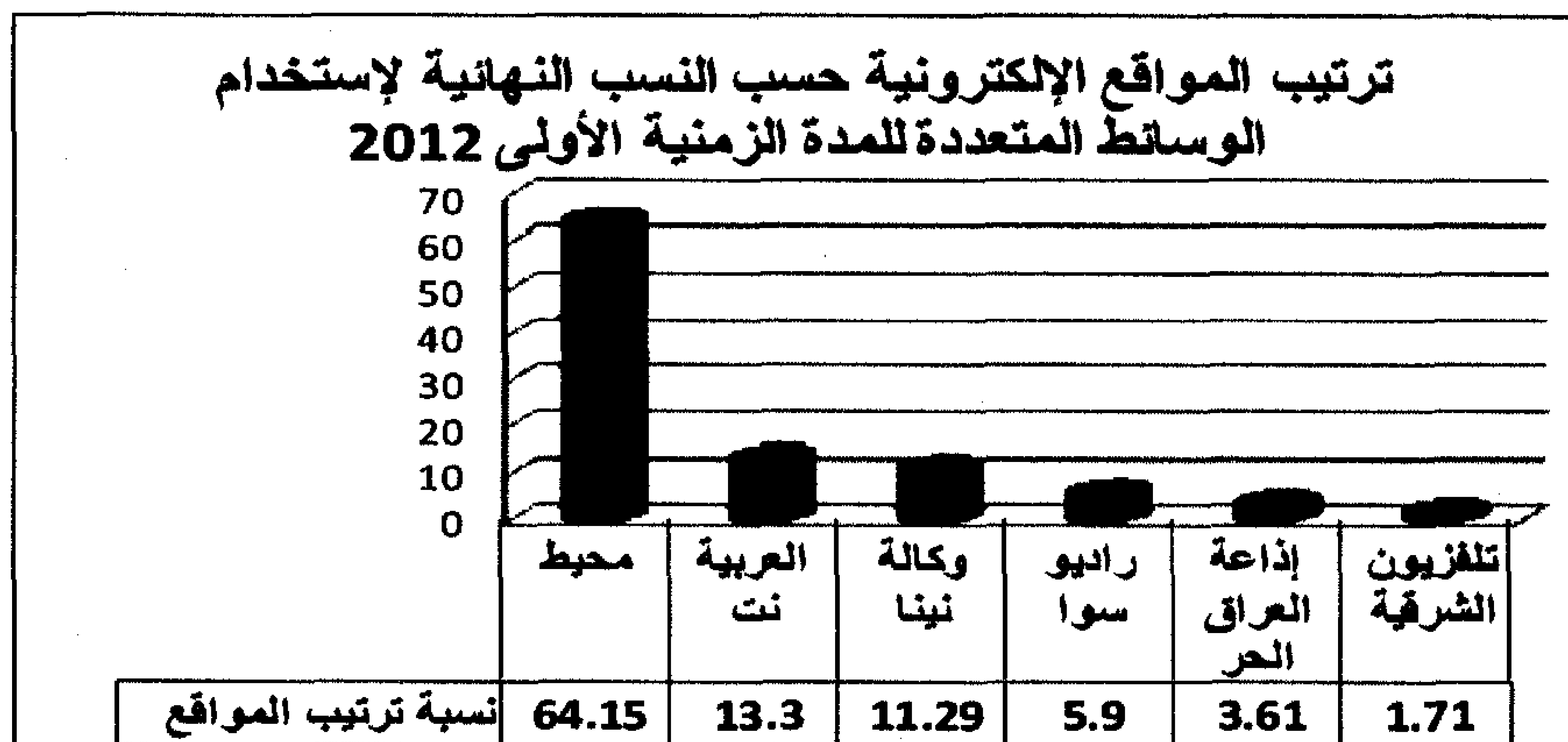
5. واسطة الرسوم(Mode Fees):- في كلتا المدتين جاءت خامساً بنسبة 0.30٪ في المدة الزمنية الأولى 2012 ، وبنسبة 0.21٪ للمدة الزمنية الثانية 2014 ، إذ إنها تراجعت في الإستخدام في المدة الثانية للبحث عن الأولى ، وجميع المواقع لم تصل الى المستوى المطلوب لإستخدامها على الرغم من توفر البراجميات والتقنيات التي تجعل من الرسوم أكثر قبولاً وجذباً للمتلقي من حيث الحركة الفلاشية أو الرسوم بتقنية الإختفاء والظهور أو الحركة المستمرة كما هو الحال في أفلام كارتون ، إلا أنه إقتصرت جميع المواقع عينة البحث على الرسوم البسيطة للأيقونات أو الرموز الدلالية التي يستعيض عنها الموقع بالرسم بدلاً من الكلمات وهي رسوم أو رموز توضح المعنى منه ، إلا في ما ندر لبعض المواقع منها العربية نت ووكالة نينا إذ إستخدما الرسوم المعقدة بتقنية الحركة والإختفاء والظهور في بعض الخدمات الإعلامية.

ثالثاً: ترتيب المواقع الإلكترونية حسب النسب النهائية لإستخدام الوسائط المتعددة:-

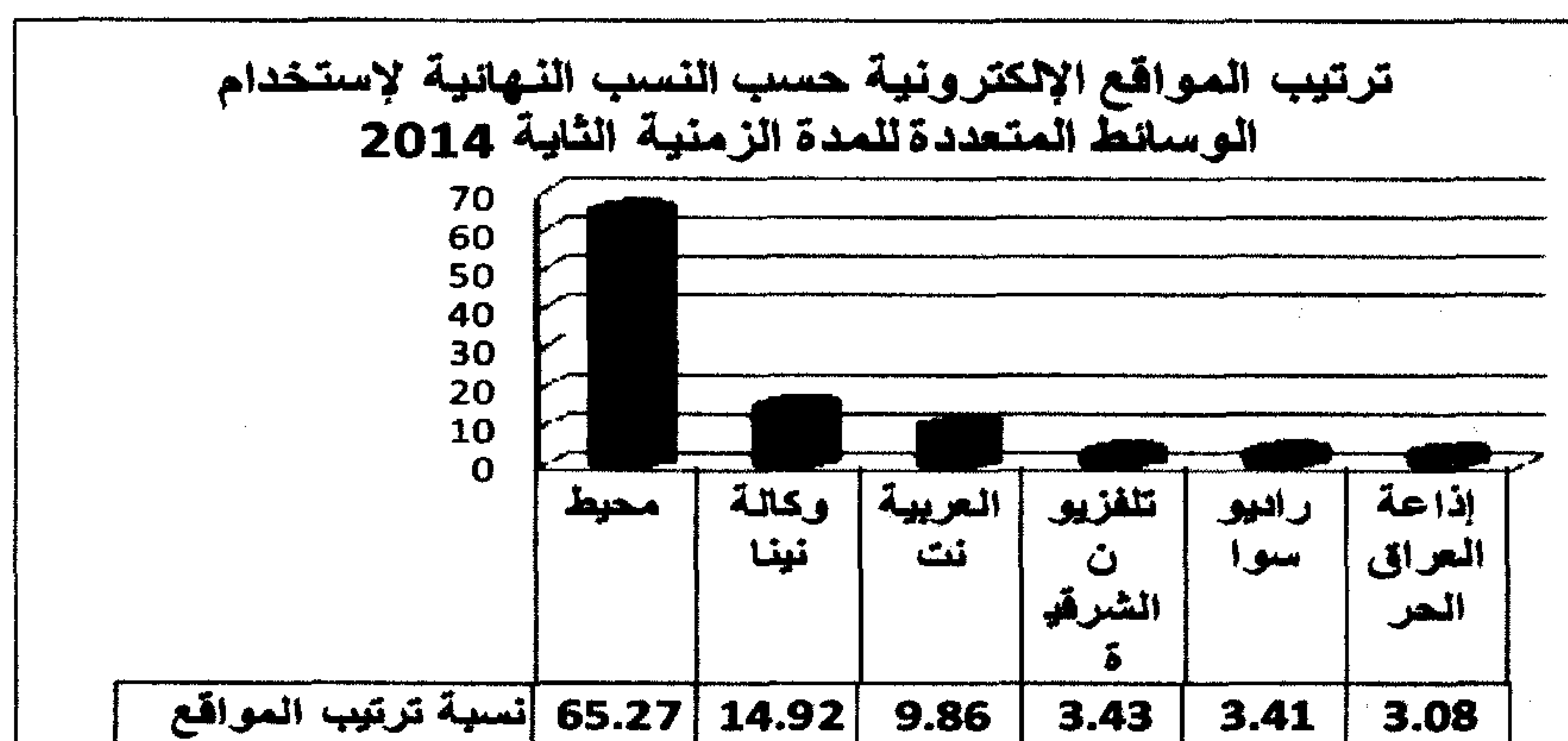
وفقاً لبيانات الشكلين(13) و(14) أدناه فإن ترتيب المواقع الإلكترونية عينة البحث (العربية نت ، وشبكة الإعلام العربية ـ محيط ـ ، وراديو سوا ، وإذاعة

العراق الحر ، وتلفزيون الشرقية ، ووكالة نينا للأنباء) في إستخدام الوسائط المتعددة(النص ، الصورة ، الفيديو ، الصوت ، الرسوم) في أثناء المدتين الزمنيتين للبحث 2012 و2014 كانت وفق الآتي:-

الشكل (13)



الشكل (14)



أ. المرتبة الأولى كانت من نصيب موقع شبكة الإعلام العربية (محيط) في كلتا المدتين الزمنتين للبحث بنسبة 64.15٪ للمدة الزمنية الأولى(حزيران، تموز، آب) 2012، وبنسبة 65.27٪ للمدة الزمنية الثانية (كانون الثاني، شباط ، آذار) 2014 ، محققاً

نسبة زيادة 1.12٪ في المدة الثانية عن الأولى ، وحصوله على المرتبة الأولى من خلال تنوع الموقع في إستخدام الوسائط المتعددة وبشكل أكثر في (النص، الصورة ، الفيديو، الرسوم) بإستثناء واسطة الصوت الذي لم يستخدمها منفردة كملفات صوتية ، ولكنه إستعاض عنها بإستخدام واسطة الفيديو في كلتا مدتي البحث.

ب. المرتبة الثانية جاءت لموقع العربية نت في المدة الزمنية الأولى للبحث 2012 بنسبة 13.3٪ ، إلا أنه تراجع عنها الى المرتبة الثالثة في المدة الزمنية الثانية للبحث 2014 بنسبة 9.86% والتراجع يعود لقلة مجموع الأخبار وهذا ما أثر في إستخدام النص والصورة خلال المدة الثانية عن المدة الأولى إلا إن الموقع زاد من إستخدام واسطة الفيديو في المدة الثانية للبحث نحو الضعف عن إستخدامه في المدة الأولى من خلال إستخدام ملفات فيديو لأخبار وبرامج شاشة العربية اليوم والعربية الحدث فضلاً عن إستخدام ملفات الفيديو مع زاوية جديدة (العربية بود كاست).

ت. موقع وكالة نينا جاء بالمرتبة الثالثة في المدة الزمنية الأولى للبحث 2012 بنسبة 11.29٪ ، إلا أنه تقدم الى المرتبة الثانية في المدة الثانية للبحث 2014 ، بنسبة 14.92٪ ، والتباين في المرتبة من الثالثة الى الثانية لإستخدامه النص والصورة من حيث الأخبار في المدة الزمنية الثانية 2014 بنسبة ومجموع أكبر من المدة الأولى 2012 ، والموقع على الرغم من حصوله على المرتبتين الثانية والثالثة خلال مدتي البحث في إستخدام الوسائط فإن هذا الترتيب يعود فقط لكثرة إستخدامه النص والصورة والرسوم ، أما الصوت والفيديو فلم يستخدمهما نهائياً.

ث. موقع راديو سوا حصل على المرتبة الرابعة في المدة الزمنية الأولى 2012 ، بنسبة 5.9% ، وعلى المرتبة الخامسة في المدة الزمنية الثانية 2014 بنسبة

3.41% ، والتباين في الترتيب والنسبة يعود لقلة مجموع ونسبة الأخبار والمواضيع الأخرى على صفحاته خلال المدة الثانية بمجموع (1508) تكراراً وهذا يترتب عليه قلة في إستخدام النص والصورة والصوت والفيديو المرفقة مع الأخبار قياساً بالمدة الأولى التي كانت بمجموع(2314) تكرراً ، إلا أن الموقع وظفَ واسطتي الصوت والفيديو مع أخباره ومواده المنوعة الأخرى.

ج. موقع إذاعة العراق الحر جاء في المرتبة الخامسة بنسبة 3.61٪ في المدة الزمنية الأولى 2012 ، إلا أنه في المدة الزمنية الثانية 2014 تراجع الى المرتبة السادسة بنسبة 3.08% ، وعلى الرغم من التفاوت البسيط في النسبتين إلا أن الموقع خلال المدة الزمنية الثانية طور من إستخدام واسطة الفيديو الى نسبة 5.26% بدلاً من 1.77٪ في المدة الأولى فضلاً عن إستخدامه الصوت والنص والصورة بشكل متقارب في النسب خلال المدتين.

ح. موقع تلفزيون الشرقية حقق المرتبة السادسة بنسبة 1.71٪ ، في المدة الزمنية الأولى 2012 ، فيما تقدم الى المرتبة الرابعة بنسبة 3.43٪ في المدة الزمنية الثانية 2014 ، والتقدم في النسبة يعود الى إستخدام الموقع عدد أخبار أكبر في المدة الثانية للبحث 2014 وهي عادة مايرافقها النص والصورة ، فضلاً عن إستخدام أكثر للملفات الفيديو لبراجه المسجلة عن المدة الأولى 2012.

مما تقدم يتضح إن المواقع تباينت في إستخدام الوسائط المتعددة خلال مدتي البحث وكان الموقع الأكثر إستخداماً للوسائط المتعددة بمجموعها الكلي ونسبتها النهائية هو (شبكة الإعلام العربية ــ محيط) من حيث إستخدام النص والصورة

والرسوم وإستخدامه للفيديو جاء فيه بالمرتبة الثانية بعد العربية نت ، بإستثناء الصوت الذي لم يستخدمه مع ثلاثة مواقع أخرى من عينة البحث (العربية نت ، تلفزيون الشرقية ، وكالة نينا) وعدم توظيفهم الصوت في المواقع يعد ضُعفاً في عدم إستغلال هذه الواسطة الحسية التي لها تأثير مهم على المتلقي.

رابعاً : مقارنة إستخدام الوسائط المتعددة على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية :-

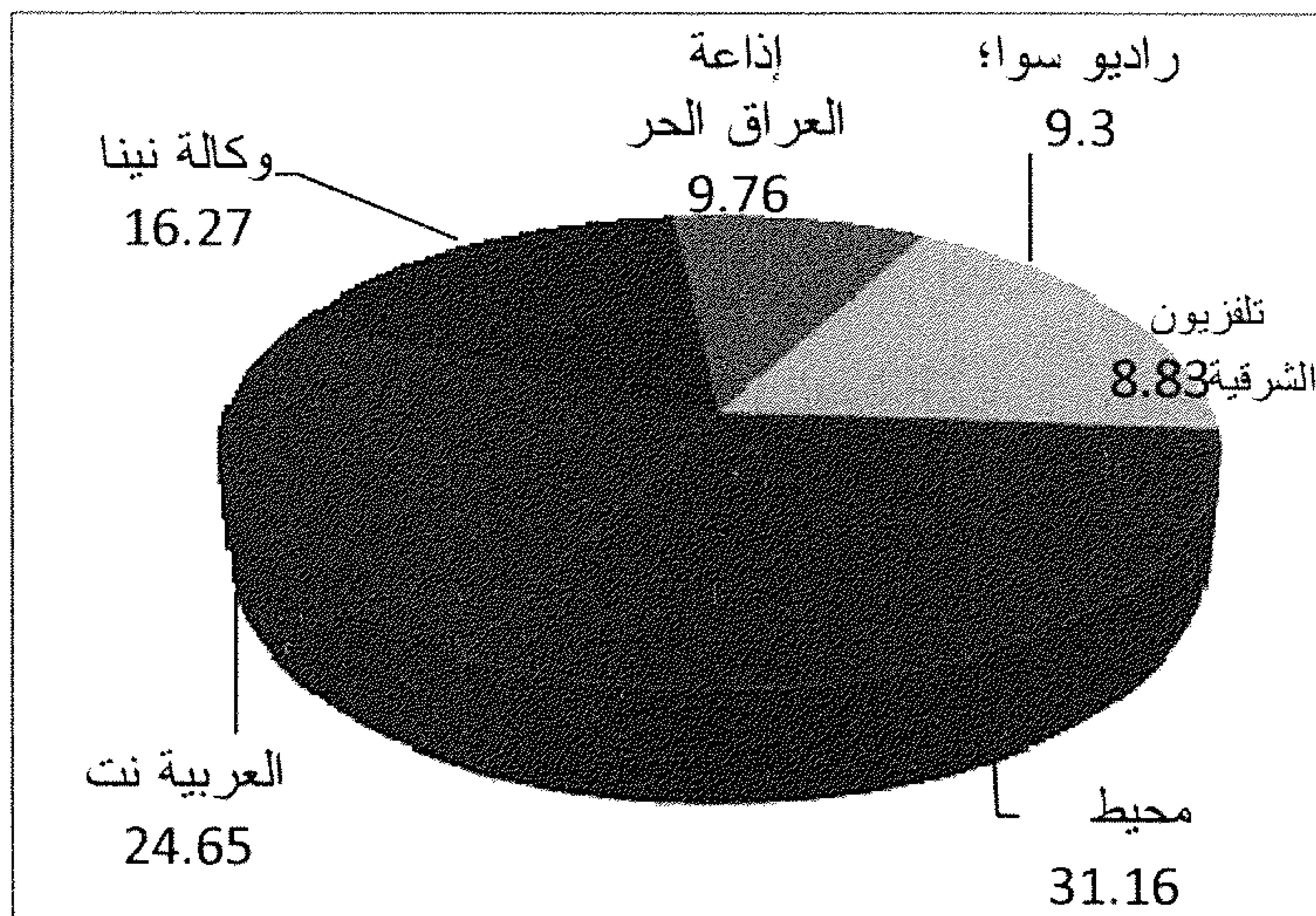
1. واسطة النص (Mode Text):-

الشكلان (15) و(16) أدناه يوضحان نسبة إستخدام النص بكافة فئاته على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية لمدتي البحث 2012 و2014 ، التي جاءت وفق الآتي:-

الشكل(15)

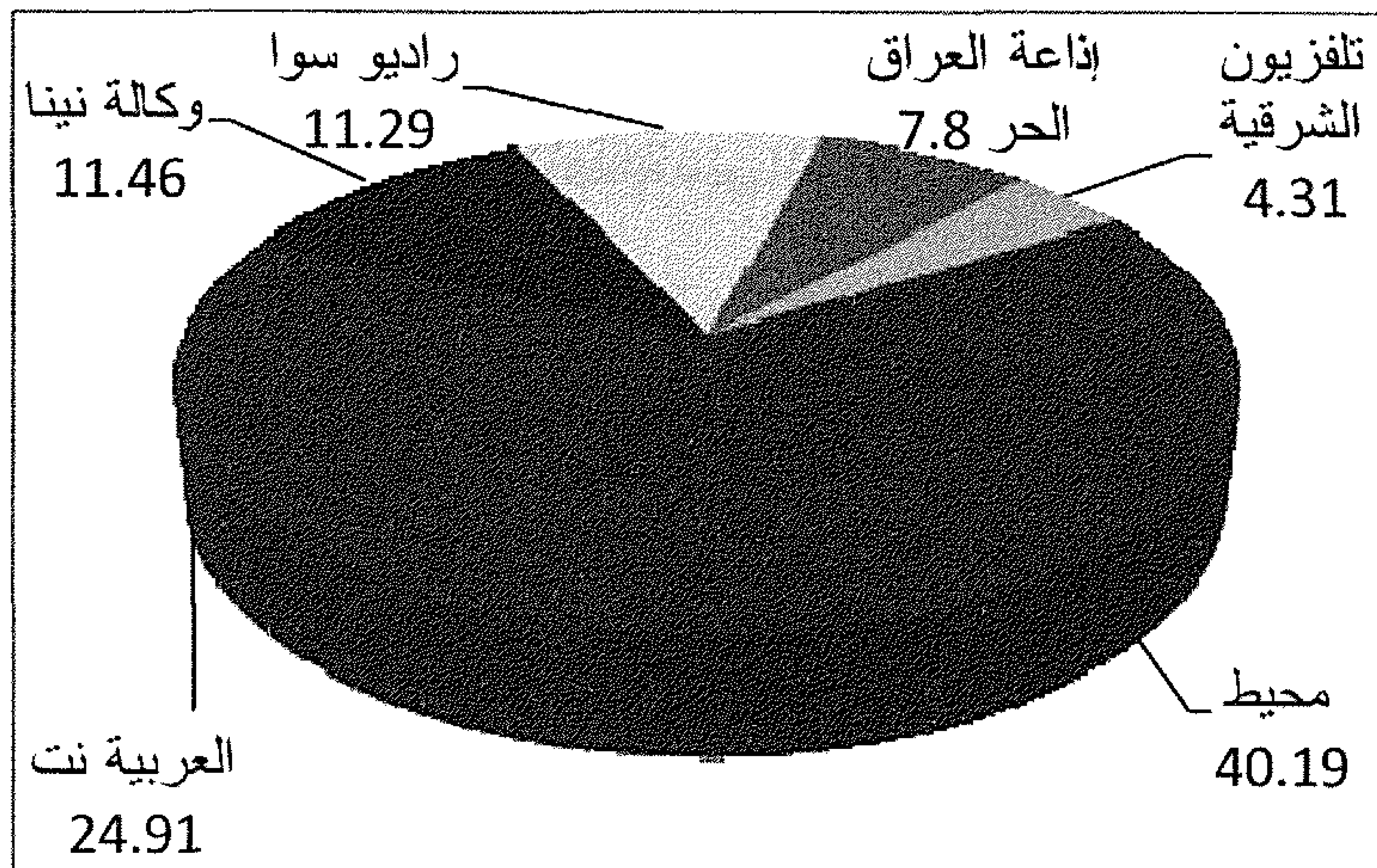
يوضح نسبة النص في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الأولى

2012



الشكل (16)

يوضح نسبة إستخدام النص في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الثانية 2014



أ. نسبة إستخدام النص على الصفحة الرئيسة جاءت متباينة فيما بين المواقع الإلكترونية لمدتي البحث ، فقد حصل موقع محيط على المرتبة الأولى في كلتا المدتين بنسبة 31.61% في المدة الأولى (2012) و نسبة 40.19% في المدة الثانية (2014) ، وذلك كون الموقع يعتمد على إستخدام النص بكافة فئاته مع العناوين الثابتة والمتغيرة ومع الصورة وزيادة النسبة في المدة الثانية عن الأولى كونه غيرَ من تصميم الصفحة الرئيسة خلالها وقللَ من مساحة الصورة وزاد من نسبة النص.

ب. في المرتبة الثانية جاء موقع العربية نت بالمرتبة الثانية في كلتا المدتين إذ حصل على نسبة 24.65٪ في المدة الأولى ، ونسبة 24.91٪ ، وهما نسبتان متقاربتان لكون الموقع حافظ على تناسق نسبة النص مع الصورة من أجل جمالية الصفحة الرئيسة والمحتوى.

ت. أما المرتبة الثالثة فكانت من حصة موقع وكالة نينا للأنباء بنسبة 16.27% للمدة الأولى ، ونسبة 11.46% للمدة الثانية والتفاوت في النسبتين يعود لقلة إستخدام النص على الصفحة الرئيسة قياساً للمواقع الأخرى.

ث. فيما حقق موقع إذاعة العراق الحر المرتبة الرابعة بنسبة 9.76٪ للمدة الزمنية الأولى، إلا أنه جاء في المرتبة الخامسة بنسبة 7.8٪ للمدة الثانية 2014 ، وذلك لزيادة نسبة الصورة على الصفحة الرئيسة بدلاً من النص.

ج. إحتل موقع راديو سوا المرتبة الخامسة بنسبة 9.3٪ للمدة الزمنية الأولى ، وحصل على المرتبة الرابعة بنسبة 11.29٪ للمدة الثانية ، والزيادة في النسبة تعود لتغيير الموقع بعض زوايا تصميم الصفحة الرئيسة مضيفاً لها عناوين ونصوص أخبار.

ح. جاء موقع تلفزيون الشرقية بالمرتبة السادسة لكلتا المدتين ، بنسبة 8.83٪ للمدة الزمنية الأولى ، وبنسبة 4.31٪ للمدة الزمنية الثانية وحفاظه على نفس المرتبة كون الموقع لم يغير من واجهة صفحته الرئيسة كثيراً إلا أنه حذف بعض الزوايا التي تعتمد النص مما جعل نسبته تقل عن المدة الأولى على الصفحة الرئيسة.

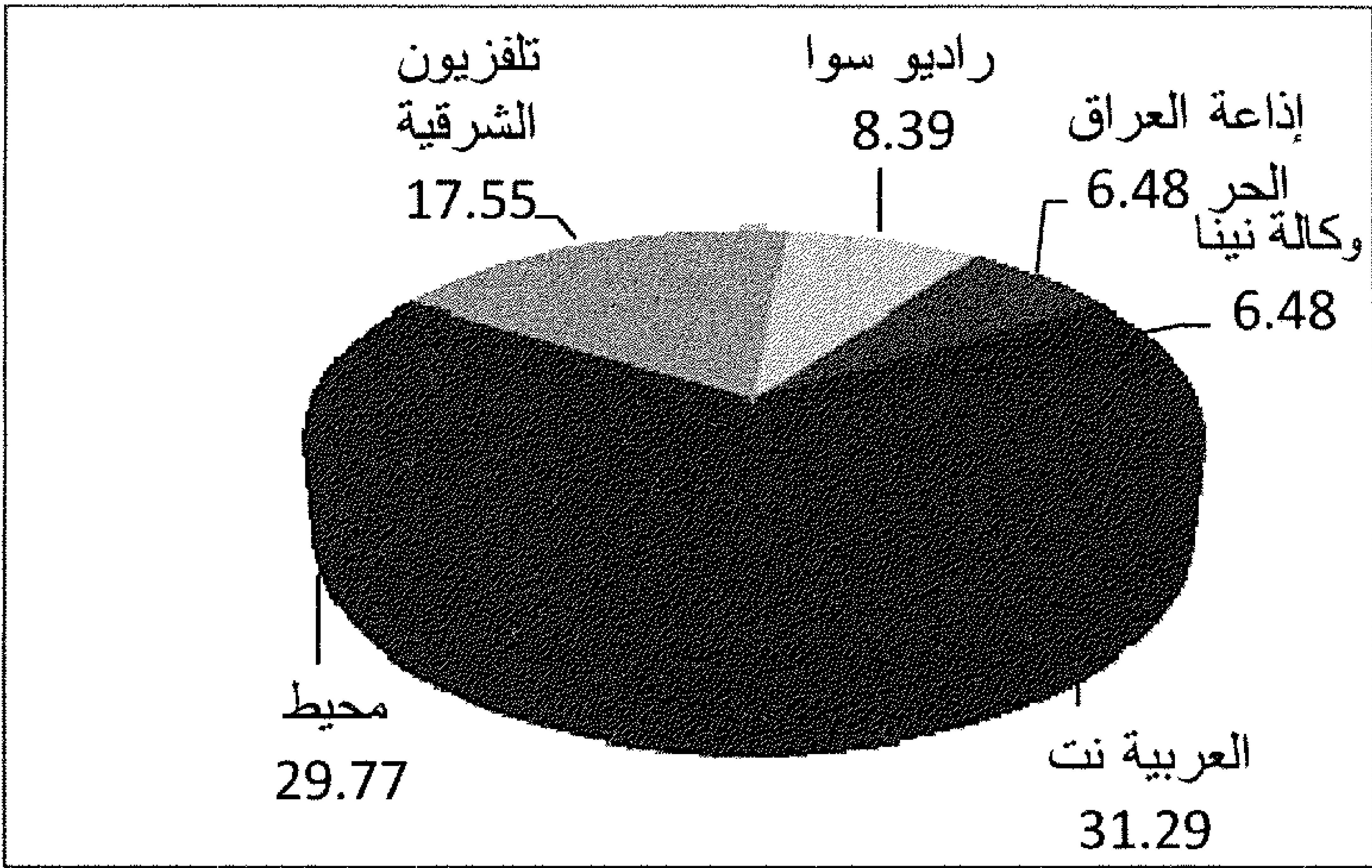
2 . واسطة الصورة (Mode Image):-

نسبة إستخدام الصورة على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية يوضحها الشكلان (17) و(18) أدناه:-

الشكل(17)

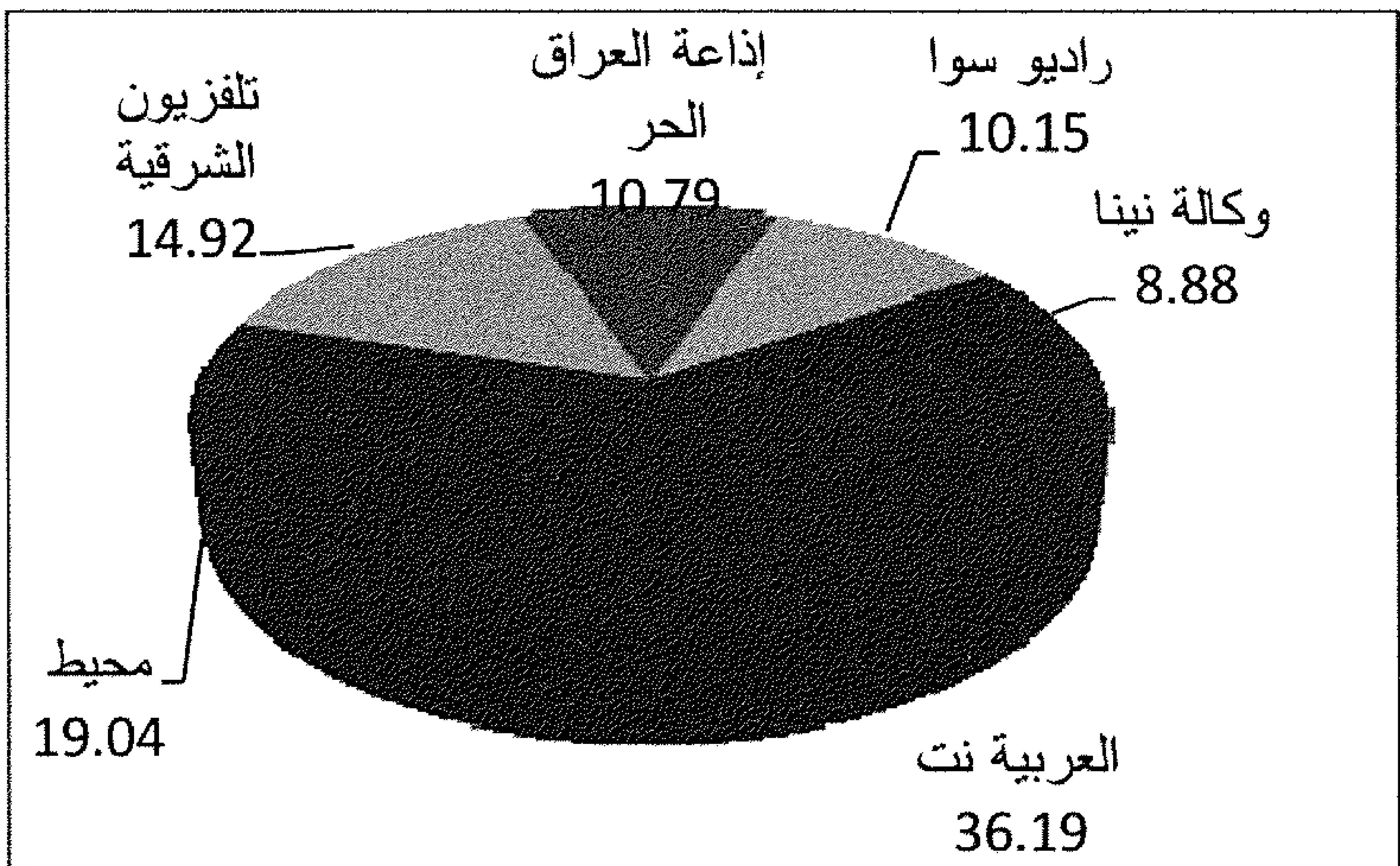
يوضح نسبة إستخدام الصورة في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الأولى

2012



الشكل(18)

يوضح إستخدام الصورة في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الزمنية الثانية 2014



أ. إحتل موقع العربية نت في إستخدام الصورة على الصفحة الرئيسة المرتبة الأولى في كلتا مدتي البحث ، إذ جاء بنسبة 31.29٪ للمدة الأولى ، ونسبة 36.19٪ للمدة الثانية ، والموقع زاد من نسبة الصورة خلال المدة الثانية بما يتناسب ومحتوى الصفحة الإخباري والمنوع ، والزيادة تأتي أيضاً كون إمتداد الصفحة الرئيسة للموقع (10 ـــــ 11) مرة بإرتفاع شاشة الحاسوب وهذا ما يجعل الصفحة أن تكون بحاجة للصور لأضفاء الجاذبية والجمالية للموقع.

ب. نسبة إستخدام الصورة على الصفحة الرئيسة لموقع محيط جاءت في المرتبة الثانية لكلتا مدتي البحث بنسبة 29.77٪ للمدة الأولى 2012 ، وبنسبة 19.04٪ للمدة الثانية 2014 ، وعلى الرغم من حفاظ الموقع على المرتبة الثانية في إستخدام الصورة بين المواقع عينة البحث إلا أنه في المدة الثانية إنخفظت نسبة إستخدامه للصورة ويعود ذلك لتغيير الموقع لواجهة الصفحة الرئيسة بحذف أو إضافة زوايا، والموقع خلال المدة الأولى للبحث كانت صفحته الرئيسة أكثر إستخداماً للصورة عنه في المدة الثانية فضلاً عن أن إمتداد الصفحة الرئيسة أصبح في المدة الثانية (6) مرات بينما في المدة الأولى (7) مرات ، وطول إمتداد الصفحة كلما كبر يحتاج الى نص وصور وزوايا لملئه.

ت. إحتل المرتبة الثالثة موقع تلفزيون الشرقية لكلتا مدتي البحث بنسبة 17.55٪ للمدة الأولى ، ونسبة 14.92٪ للمدة الثانية ، والإختلاف في النسب يعود الى المجموع الكلي لإستخدام الصورة في المواقع الإلكترونية ، إذ إن الموقع حافظ على نفس مجموع الصور (46 ـــ 47) تكراراً خلال مدتي البحث الأولى والثانية.

ث. موقع راديو سوا جاء في المرتبة الرابعة بنسبة 8.39٪ للمدة الزمنية الأولى بمجموع (22) تكراراً ، فيما تراجع الى المرتبة الخامسة خلال المدة الثانية 2014 ولكن بنسبة أكبر 10.15٪ بمجموع (32) تكراراً عن الأولى بما يتناسب وبيانات النسب الأخرى للمواقع.

ج. موقع إذاعة العراق الحر حقق المرتبة الخامسة بنسبة 6.48٪ للمدة الزمنية الأولى ، وتقدم الى المرتبة الرابعة بنسبة 10.79٪ للمدة الزمنية الثانية ، والتقدم في النسبة يعود الى إستخدام الموقع أكثر عدداً في صفحته الرئيسة إذ زادها من (17) الى(34) صورة خلال المدة الثانية 2014 ، إذ غير الموقع بعض من زواياه بما يتلائم وإمتداد الصفحة الذي يصل لنحو (4.5 ــــ 5) مرات.

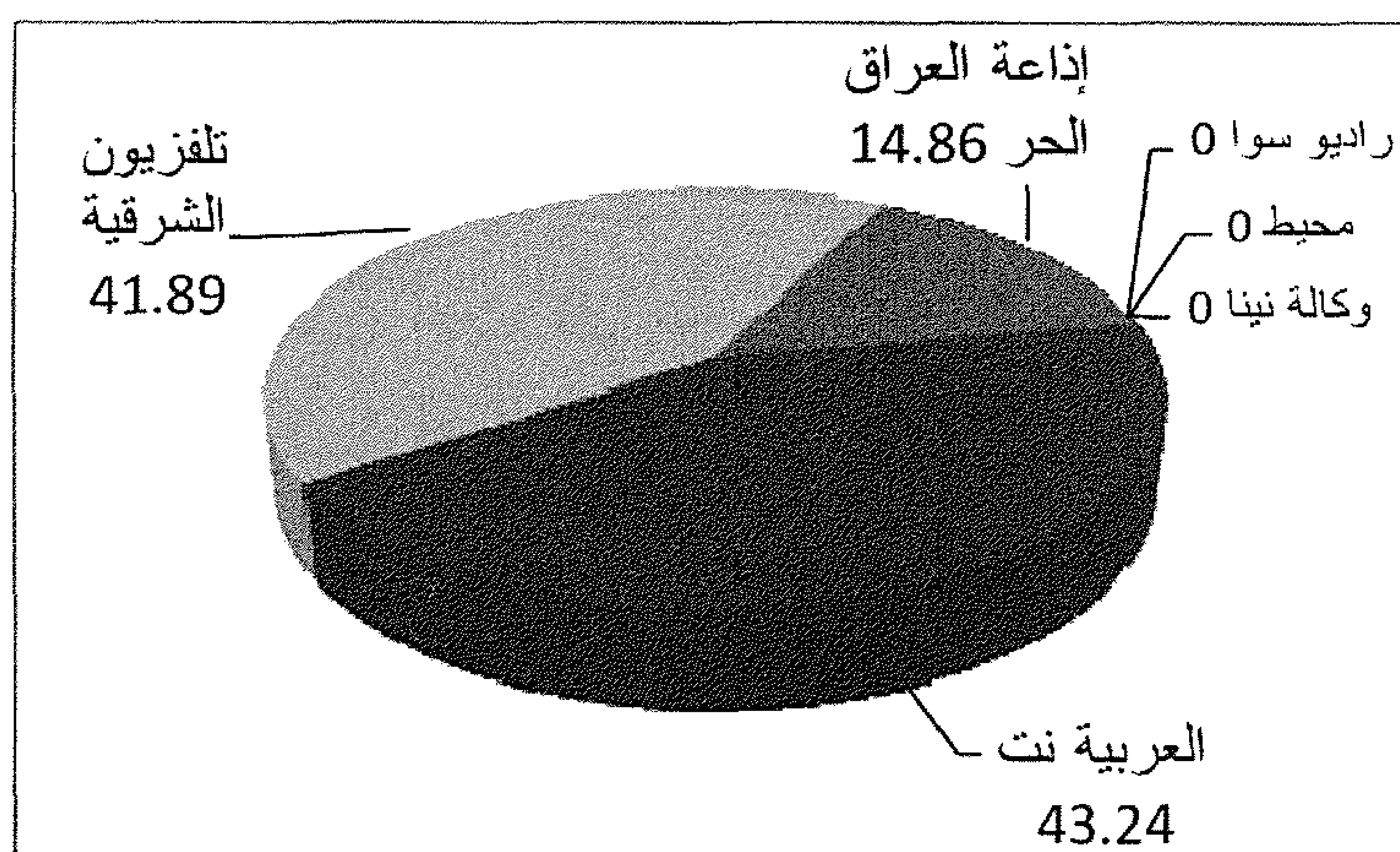
ح. موقع وكالة نينا للأنباء جاء في المرتبة السادسة في كلتا مدتي البحث بنسبة 6.48٪ للمدة الأوى ، ونسبة 8.88٪ للمدة الثانية ، والزيادة في نسبة الصورة للمدة الثانية تعود لإستخدام الموقع صور إعلانية على صفحته الرئيسة خلال الإنتخابات البرلمانية العراقية 2014 ، وهذا ما جعل يزيد في مجموع صوره لـ(28) تكراراً عن (17) تكراراً في المدة الأولى 2012 ، ولكن ما أن إنتهت الإنتخابات حتى عاد الموقع لمجموع صوره الثابت (17) صورة صغيرة الحجم ، إذ أن الموقع لم يغير من نمط تصميم صفحته الرئيسة التي يكون أسفلها فارغ بلا مادة نصية ولاصورة وهذا ما يجعل الموقع يفقد جماليته وحيويته كموقع إخباري يجب ان يكون مليئاً بالأخبار والصور والأحداث وعلى الرغم من إمتداد الصفحة الرئيسة (5) مرات ، إلا إنها لم تستغل بشكل أفضل للمحتوى النصي والصوري.

3. واسطة الفيديو (Mode Video):-

واسطة الفيديو من الوسائط المتعددة المهمة في الإعلام الإكتروني لما لها من قوة جذب وتأثير وتفاعلية لذا يكون إستخدامها في المواقع ضرورياً مع الأخبار العامة والمنوعة ، والشكلان (19) و(20) أدناه يوضحان إستخدام الفيديو على الصفحة الرئيسة للمواقع الإكترونية لمدتي البحث الأولى 2012 والمدة الثانية 2014.

الشكل (19)

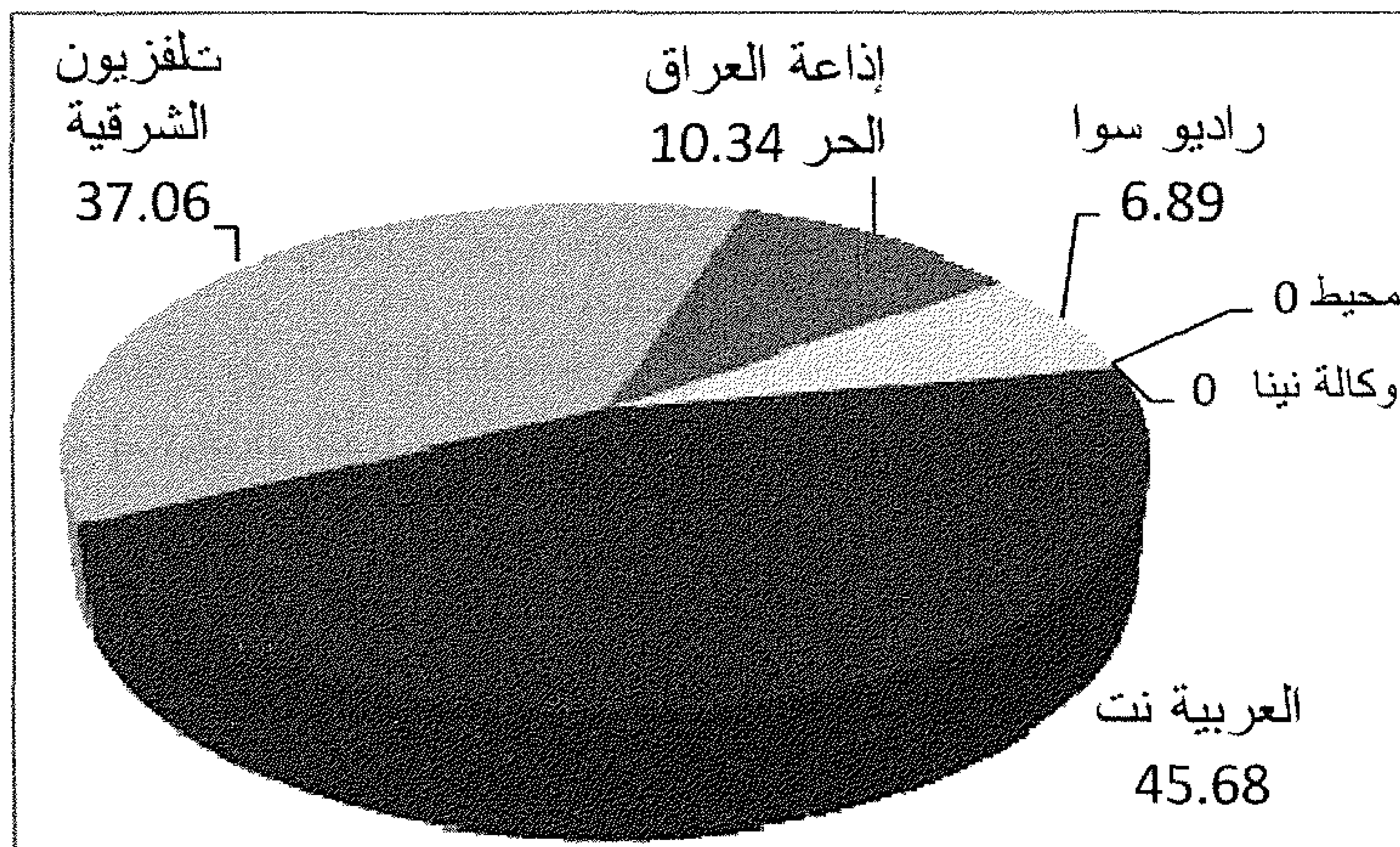
يوضح نسبة إستخدام الفيديو في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الأولى 2012



الشكل(20)

يوضح نسبة إستخدام الفيديو في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الثانية

2014



أ. وفقاً لبيانات الشكلين أعلاه فأن موقع العربية نت جاء في كلتا مدتي البحث بالمرتبة الأولى بنسبة 43.24٪ للمدة الأولى ، وبنسبة 45.68٪ للمدة الزمنية الثانية ، إذ أن موقع العربية يتميز بإستخدام الفيديو على الصفحة الرئيسة مع أخباره الرئيسة وأيضا مع الزوايا الخاصة بشاشة العربية اليوم ومع برامج العربية والعربية بودكاست وغيرها من الأخبار المنوعة الأخرى كما في الصفحة الأخيرة ، وكل هذا يجعله في الصفحة الرئيسة للموقع ليضيف له حيوية وقوة جذب وواقعية أقرب للحدث.

ب. في الترتيب الثاني ولكلتا مدتي البحث لإستخدام الفيديو على الصفحة الرئيسة جاء موقع تلفزيون الشرقية بنسبة 41.89% للمدة الأولى ، وبنسبة 37.06٪ للمدة الثانية ، وعلى الرغم من حصول الموقع على المرتبة الثانية إلا أنه لم يستخدم الفيديو مع الأخبار أو مواضيعه الأخرى المنوعة الحصرية بالموقع وإنما

يعرض فقط ملفات فيديو مسجلة عن برامجه الإسبوعية واليومية لفضائية الشرقية.

ث. أما ثالثاً ولكلتا مدتي البحث كان موقع إذاعة العراق الحر بنسبة 14.86٪ للمدة الأولى ، وبنسبة 10.34٪ للمدة الثانية ، والموقع حافظ على مجموع تكرارات إستخدام الفيديو خلال مدتي البحث(11) تكراراً في الأولى و(12) تكراراً في الثانية على صفحته الرئيسة بزاوية تحت عنوان(وسائط متعددة) وهي مخصصة لعرض مواد فيديو لأخبار وأحداث عامة فضلاً عن تخصيص مكان لملف فيديو في أعلى الصفحة والى اليسار بعنوان(أخبارمصورة) خلال المدة الثانية 2014 وهي توظيف جديد للموقع.

ج. موقع راديو سوا لم يسجل اية قيمة خلال المدة الأولى 2012 في إستخدام الفيديو على الصفحة الرئيسة إلا إنه جاء رابعاً بنسبة 6.89٪ للمدة الثانية 2014 مستخدماً الفيديو مع الأخبار المنوعة والرئيسة وهذا توظيف جديد للموقع خلال مدتي البحث في إستخدام الفيديو على الصفحة الرئيسة وأيضاً على الصفحات الأخرى.

ح. أما موقعا محيط ووكالة نينا فإنهما لم يستخدما واسطة الفيديو على صفحتهما الرئيسة بشكل مباشر ، إلا أن موقع محيط إستخدم الفيديو في أخباره ومواضيعه الأخرى في صفحاته الداخلية.

فيما موقع وكالة نينا لم يستخدم هذه الواسطة حتى في صفحاته الأخرى وهذا ما يجعله موقعاً يفتقر للحيوية وعامل الجذب وإستدراج المتلقي.

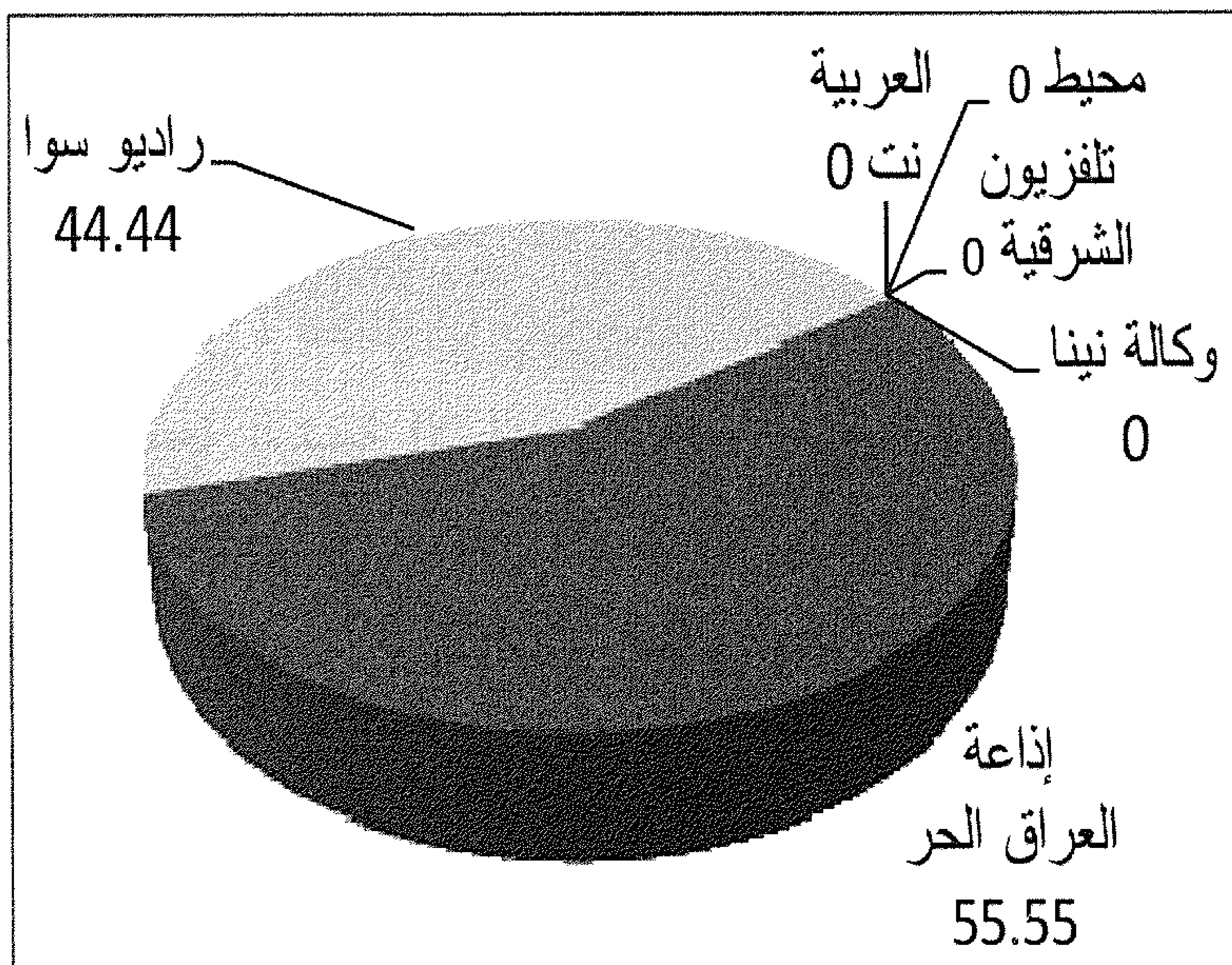
4. واسطة الصوت (Mode Sound):-

الشكلان (21) و(22) يبينان نسبة إستخدام الصوت من قبل المواقع الإلكترونية على الصفحة الرئيسة خلال مدتي البحث 2012 و2014.

الشكل (21)

يوضح نسبة إستخدام الصوت في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الأولى

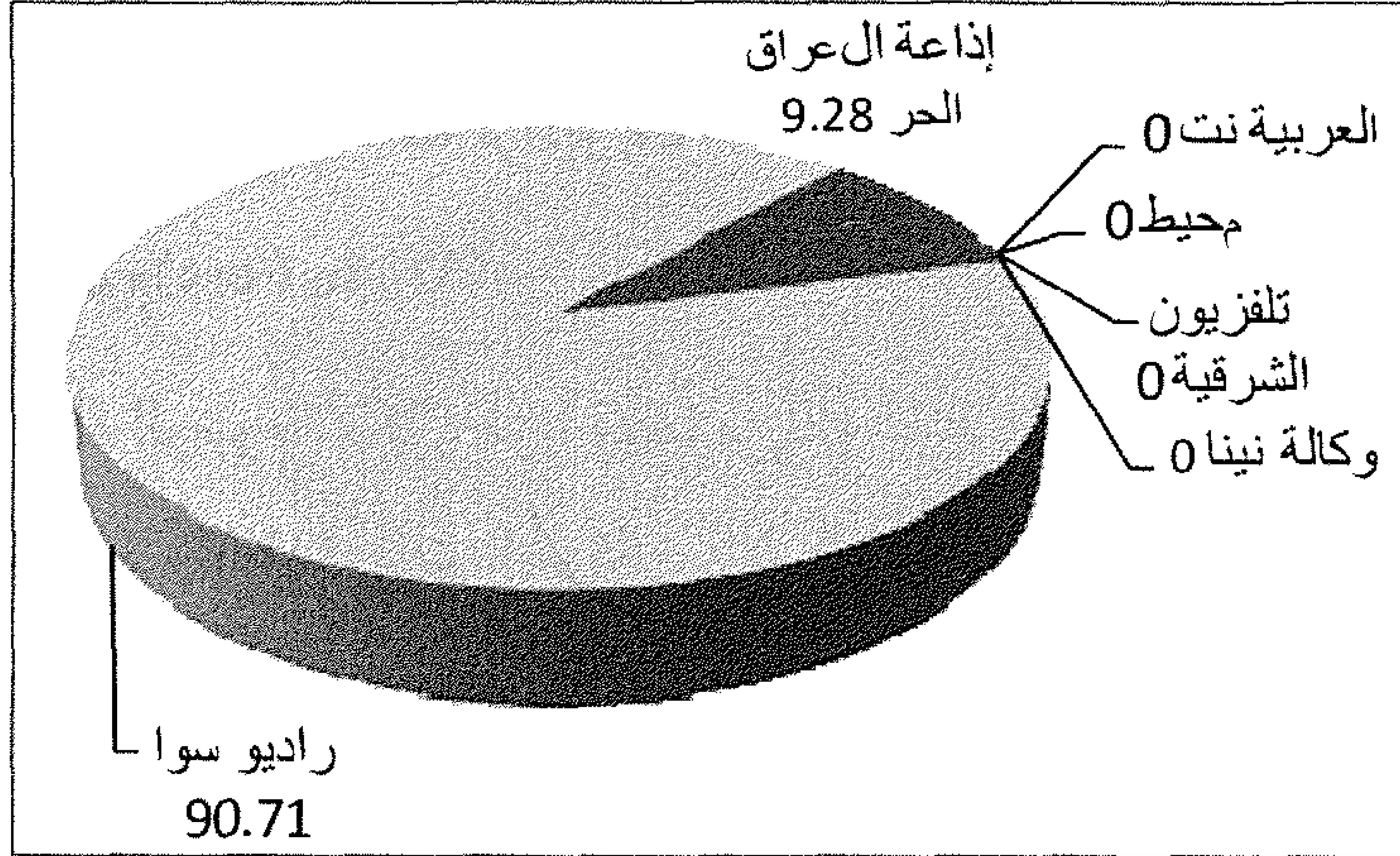
2012



الشكل(22)

يوضح نسبة إستخدام الصوت في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الثانية

2014



أ. في هذا الإستخدام يتنافس موقعان فقط هما راديو سوا وإذاعة العراق الحر لكونهما مواقع مكملة لإذاعة ، أما بقية المواقع (العربية نت ، محيط ، تلفزيون الشرقية ، وكالة نينا) لم تستخدمه نهائياً وإنما إعتمدت على وسائط أخرى كالنص والصورة والفيديو ، لذا جاء موقع إذاعة العراق الحر بالمرتبة الأولى بنسبة 55.55% للمدة الزمنية الأولى ، إلا أنه تراجع للمرتبة الثانية بنسبة 9.28٪ للمدة الثانية وذلك لكون الموقع بقي على نفس مقدار الإستخدام لهذه الواسطة دون توظيفها بشكل أكبر على صفحته الرئيسة وإنما إقتصر فقط بالصوت للبث المباشر للإذاعة أوملفات صوت مسجلة لبرامجه وأخباره.

ب. فيما موقع راديو سوا إحتل المرتبة الثانية بنسبة 44.44٪ للمدة الأولى ، وتقدم الى المرتبة الأولى بنسبة 90.71٪ للمدة الثانية ، والزيادة في النسبة تعود لإستخدام الموقع لملفات صوتية لبرامج وأخبار منوعة عبر زاوية على الصفحة الرئيسة

تحت عنوان (سوا ماغازين) أو ملفات صوتية مرفقة مع بعض الأخبار ، فضلاً عن بث صوتي مباشر لثمان دول عربية ، وهذا الإستخدام الصوتي يعود بالطبع لكون الموقع مكملاً لإذاعة إلا أنه يُعد توظيف جيد لواسطة الصوت خلال المدة الثانية للبحث عن المدة الأولى في إرفاقها مع الأخبار السياسية والمنوعة والبرامج الخاصة لراديو سوا .

5. واسطة الرسوم(Mode Fees):-

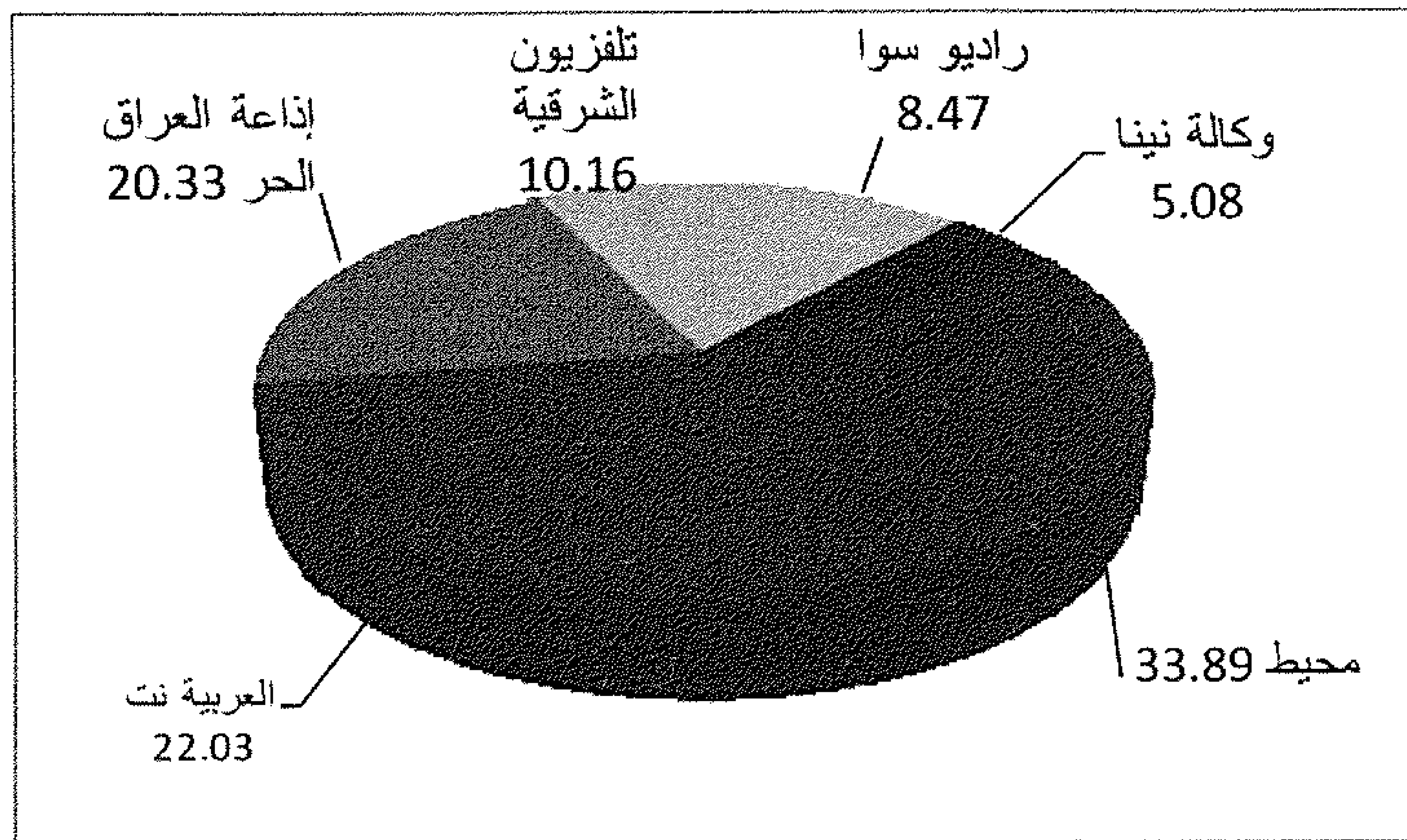
واسطة الرسوم تشكل جزءاً مهماً من الوسائط المتعددة في الإعلام الإكتروني بنوعيها البسيطة والمعقدة ذات الحركة ، إلا أنه لم تستخدم بشكل أوسع واقتصر إستخدامها للدلالة على الرموز والأيقونات بدلاً من الكتابة كرسم كاميرا الفيديو البسيط للدلالة على أنه هناك فيديو مرفق أو كاميرا فوتو للدلالة على انه هناك صورة أو عدة صور مرفقة مع الخبر ، او مكبرة صوت للدلالة على ملف صوتي مرفق مع الموضوع ، وهكذا من الرسوم الأخرى البسيطة الموزعة على الصفحة الرئيسة مثل العدسة للدلالة على البحث أو أيقونة فيس بوك وتويتر والرسائل وغيرها من الرسوم التوضيحية الأخرى ليستدل من خلالها المتصفح ، اما الرسوم المعقدة ذات الحركة فإن إستخدامها قليل وكان فقط من قبل موقع (العربية نت ومحيط ونينا) وإستخدمت مع الإعلانات برسوم ونصوص متحركة بتقنية الإختفاء والظهور.

والشكلان (23) و(24) أدناه يوضحان إستخدام الرسوم على الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية لمدتي البحث.

الشكل (23)

يوضح نسبة إستخدام الرسوم في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الأولى

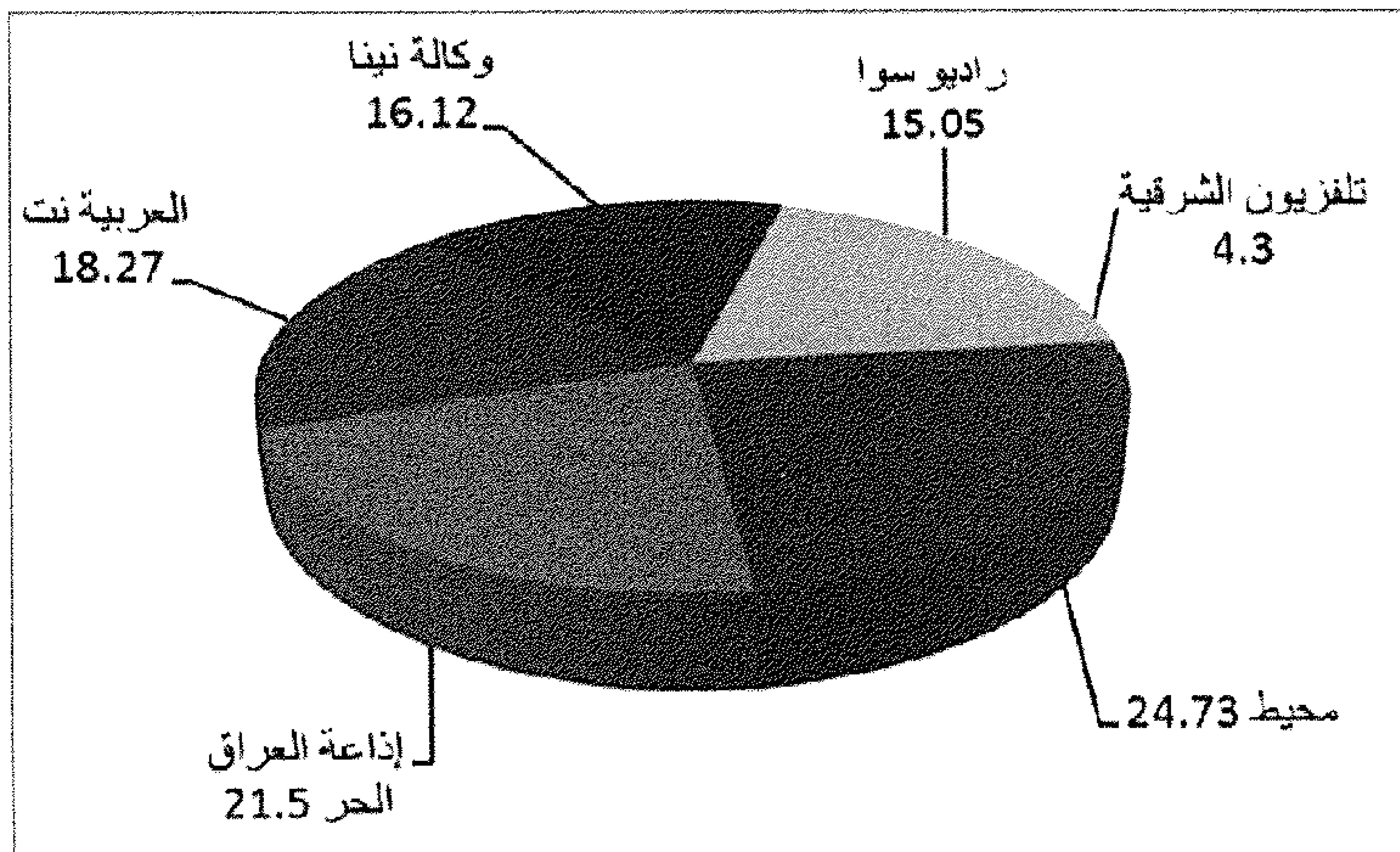
2012



الشكل (24)

يوضح نسبة إستخدام الرسوم في الصفحة الرئيسة للمواقع الإلكترونية للمدة الثانية

2014



أ. حقق موقع محيط في كلتا مدتي البحث المرتبة الأولى بنسبة 33.89٪ للمدة الأولى ونسبة 24.73٪ للمدة الثانية ، وموقع العربية نت جاء بالمرتبة الثانية بنسبة 22.03٪ للمدة الأولى فيما تراجع للمرتبة الثالثة بنسبة 18.27٪ للمدة الثانية 2014 لعدم إستخدامه الرسوم بشكل أكثر كما في المدة الأولى.

ب. جاء موقع إذاعة العراق الحر في المرتبة الثالثة بنسبة 20.33٪ للمدة الزمنية الأولى، وتقدم الى المرتبة الثانية بنسبة 21.5٪ للمدة الثانية قياساً لنسب المواقع عينة البحث.

ت. إحتل موقع تلفزيون الشرقية المرتبة الرابعة بنسبة 10.16٪ للمدة الأولى ، وكان سادساً بنسبة 4.3٪ خلال المدة الثانية وذلك لكون الموقع اختزل كثيراً من الرسوم والأيقونات في صفحته الرئيسة للمدة الثانية 2014.

ث. موقع راديو سوا جاء خامساً لكلتا مدتي البحث بنسبة 8.47٪ للمدة الأولى ، وبنسبة 15.5٪ للمدة الثانية ، وذلك لحصول زيادة في إستخدام الرسوم البسيطة على صفحتة الرئيسة خلال المدة الثانية.

ج. موقع وكالة نينا للأنباء جاء سادساً بنسبة 5.08٪ للمدة الأولى ، وتقدم الى المرتبة الرابعة وبنسبة 16.12٪ خلال المدة الثانية ، وذلك لزيادة إستخدام الموقع للرسوم البسيطة وذات الحركة مع الرسوم التوضيحية لمادة إعلانية.

الخاتمة

أولاً: الإستنتاجات (Conclusions)

1. الإعلام الإلكتروني وإن إنتشر بشكل موسع من خلال المواقع والوكالات الإخبارية الإلكترونية فضلاً عن المواقع الإلكترونية المكملة لصحف ورقية وإذاعات وفضائيات ، إلا أنه مازال في خطواته الأولى لاسيما في إستخدام الوسائط المتعددة التي لا يمكن للإعلام الإلكتروني اليوم أن يتجاهلها في ظل تسارع الأحداث والأخبار وحاجة المتلقي للصورة والفيديو والصوت من موقع الحدث.
2. لم تستغل بعض المواقع الإلكترونية المكملة ما يتوفر لديها من إمكانيات فنية وتقنية ومهارات الصحفيين في دعم مواقعها بالجديد الحصري والمختلف لجذب المتلقي بإستثناء موقع محيط الذي دعم أخباره بواسطة الفيديو الخاص به أو المنقول من وسائل أخرى ، ويعود ذلك للكلفة المالية التي تترتب على إستخدام هذه التقنيات فضلاً عن قلة الصحفي الإلكتروني الذي يجمع بين المهارة التقنية والتحريرية.
3. مازال النص هو الأكثر إستخداماً في المواقع الإلكترونية وأغلبها يسهب ويطيل في النص متجاهلاً أن ما يجب عليه أن يكون التحرير وفق القوالب الفنية الخاصة بالتحرير الإلكتروني المسندة بالوسائط المتعددة التي بعرضها يمكن ان تختصر من النص المكتوب وتضيف له الواقعية والمصداقية ، وذلك كون المتصفح أو المتلقي العربي مازال يعتمد على النص في شرح وقراءة الخبر أكثر من باقي الوسائط الأخرى الذي يعدها مكملة وساندة لها.

4. المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والمواقع العراقية عينة البحث وإن تميزت بتنوع الصفحات والمحتوى الإخباري إلا أن إستخدامها للوسائط المتعددة كان عبر نوع الوسيلة المكملة للموقع ، فإذا كانت الوسيلة سمعية أي إذاعة فأن واسطة الصوت تكون هي الأكثر إستخداماً كما في موقع إذاعة العراق الحر وراديو سوا ، والوسيلة إذا كانت مرئية أي فضائية فأن واسطة الفيديو تكون أكثر إستخداماً كما في موقعي العربية نت و الشرقية ، أما المواقع التي ليس لها نسخة أخرى فأنها تعتمد على واسطتي النص والصورة أكثر من باقي الوسائط الأخرى كما في موقعي شبكة الإعلام العربية (محيط) والوكالة الوطنية العراقية للأنباء (نينا).
5. المواقع الإلكترونية العراقية من خلال المراقبة والملاحظة يكون تحديثها للمحتوى الإخباري والمواضيع الأخرى ليس على مدار الساعة كما في المواقع العربية مثل (محيط ، العربية نت) وإنما يكون بطيئاً مرة في اليوم أو مرتان بالإعتماد على الأخبار والبرامج التي يستسقيها من وسيلته الأصلية الإذاعة أو الفضائية وهذا لاحظناه في موقعي (الشرقية ، والعراق الحر) ، فيما موقع الوكالة الوطنية العراقية للأنباء (نيننا) وهي وكالة إخبارية تعتمد بنشر أخبارها على المشتركين معها إلا أنها لم تستفد من إمكانية إسستخدام الوسائط المتعددة للصورة والفيديو الحصري الخاص بها في تمويلها ، وحصرت نشاطها فقط على النص الإخباري وبعض الصور صغيرة الحجم لتكون مشفرة وخاصة بالمشتركين فقط ومن ثم بعد يوم تتيح للمتصفح الإطلاع عليها، هذا الضعف في التحديث وإستخدام الوسائط المتعددة جعل المواقع العراقية تبدو فقيرة المضمون ليس فيها كم إخباري جديد على الرغم من أن الساحة الإخبارية المحلية والعربية والدولية في ولادة مستمرة للأخبار والأحداث.

6. المواقع الإلكترونية العربية والعراقية تفتقر إلى صناعة إعلام إلكتروني بكافة فنونه الصحفية خاص بكل موقع يختلف عن الإعلام (المرئي والمسموع والمقروء) وإنما يأتي متشابهاً ولا يختلف عن الإعلام التقليدي في تناول القضايا والأخبار ، بالوقت الذي يتيح الإعلام الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت إستخدام وسائط متعددة ليكون ثلاثة وسائل في واحدة (مقروءة ومسموعة ومرئية).
7. توظيف المواقع المكملة لفضائيات أو إذاعة كـ (العربية نت ، وتلفزيون الشرقية ، وإذاعة سوا ، وإذاعة العراق الحر) ملفاتها من (فيديو ، وصوت) في مواقعها لاسيما مع الأخبار والبرامج ، أي إنها تعتمد على ماينشر ويذاع لتعيده على موقعها ليتابعه المتلقي ، وهذا وإن يُعد ميزة في أن يتابع المشاهد أو المستمع مافاته من أخبار وبرامج ليجدها على الموقع المُكمل لها ، إلا أنه لابد من تتنبه المواقع المُكملة في أن تنشر الجديد والحصري من أخبار وأحداث إذا تبغي التميز في موقعها.
8. تطور موقع راديو سوا في إستخدام واسطتي الفيديو والصوت خلال المدة الثانية للبحث وهذا يدل على أن استخدام الوسائط المتعددة لابدة منه في الإعلام الإلكتروني لتوضيح وتبسيط التلقي للرسالة الإعلامية وبأساليب جذابة.
9. التباين في إمتداد الصفحة الرئيسة بين المواقع الإلكترونية خلال مدتي البحث (2012) و(2014) ، والإمتداد له إيجابية إذ تضع المتصفح يتنقل في صفحة واحدة ليبحث عن مايريده في محتوى الموقع دون اللجوء لفتح صفحة أخرى التي ربما يعيق تصفحها قوة إشارة الإنترنت من المصدر ، فبعضها قلل إمتداده بنسبة قليلة وفق تغيرات في تصميم الصفحة الرئيسة خلال المدة الثانية للبحث ،

كموقع العربية من (11) الى (10) مرات ، ومحيط من (7) الى (6) مرة ، وتلفزيون الشرقية من (8) الى (6) مرات ، فيما موقع راديو سوا زاد من إمتداد صفحته خلال المدة الثانية الى (5.5) مرة بدلاً من (3) مرات ، أما موقعي (إذاعة العراق الحر ، وكالة نينا للأنباء) فقد حافظا على إمتداد صفحتهما الرئيسة خلال المدتين بـ(4) و(5) مرات على التوالي لكل منهما.

10. الرسوم المعقدة (ذات الحركة) لم تستخدم من كافة المواقع بما يتناسب وأهميتها مع الخبر والمعلومة في توظيفها إعلامياً أو مع جمالية التصميم في إخراج الصفحة الرئيسة لجذب المتلقي وجاءت مختزلة مع بعض الخدمات الإعلامية التي يروج بها الموقع لنفسه او مع بعض الإعلانات كما في موقعي العربية نت ووكالة نينا للأنباء اللذان إستخدما الحركة مع النص او الصورة بتقنية الإختفاء الظهور أو الحركات الفلاشية.

11. تباين ترتيب المواقع في المجموع الكلي النهائي لإستخدام الوسائط المتعددة فموقع محيط حقق المرتبة الأولى في كلتا مدتي البحث بنسبة تجاوزت الـ (64٪) لإستخدامة كافة الوسائط عدا (الصوت) مع مجموع أخباره ومواضيعه الأخرى، فيما تباينت أيضاً المواقع الأخرى في الترتيب فبعضها تقدم والبعض تراجع ، بنسب تتراوح بين (1.71٪ الى 14.92٪) خلال مدتي البحث.

12. إختلاف المواقع الإلكترونية في إستخدام الوسائط المتعددة على الصفحة الرئيسة في أثناء مدتي البحث (2012) و(2014) ، فبواسطة النص جاء موقع محيط الأكثر إستخداماً للنص بكافة فئاته ، والعربية نت بالترتيب الثاني ، وثالثاً وكالة نينا للأنباء ، فيما موقعي إذاعة العراق الحر وراديو سوا تبادلا حصولهما على المرتبة الرابعة والخامسة خلال مدتي البحث ، أما موقع تلفزيون الشرقية فكان في المرتبة السادسة الأخيرة.

13. تباين إستخدام الصورة على الصفحة الرئيسة من قبل المواقع الإلكترونية خلال مدتي البحث ، إذ كان موقع العربية نت في المرتبة الأولى ويليه ثانياً موقع محيط وثالثاً موقع تلفزيون الشرقية ، وتبادلا موقعا راديو سوا وإذاعة العراق الحر المرتبة الرابعة والخامسة لمدتي البحث ، فيما إحتل الأخيرة السادسة موقع وكالة نينا للأنباء.

14. واسطتا النص والصورة هما الأكثر إستخداماً في المواقع الإلكترونية خلال مدتي البحث (2012) و(2014) وجاءا بنسبة (49.4٪ ـــ 50.43٪) للنص ، وبنسبة (47.1٪ ـــ 45.31٪) للصورة إذ أن أغلب المواقع مازالت تستخدم هذين الواسطتين بشكل أوسع عن بقية الوسائط المتعددة الأخرى وإذا كان هناك تباين في الإستخدام والتميز بواسطة ما كالفيديو أو الصوت من موقع لأخر فأنه يعود لنوع وطبيعة الموقع إذا كان إذاعي أوتلفزيوني أو إخباري.

15. إقتصار إستخدام واسطة الفيديو بشكل أوسع من قبل المواقع التابعة والمكملة لفضائية على الصفحة الرئيسة ، كموقعي العربية نت ، وتلفزيون الشرقية ، فيما المواقع الأخرى كإذاعة العراق الحر كان الإستخدام له في زوايا خاصة تحت عنوان (وسائط متعددة) و (أخبار مصورة) أما راديو سوا فإنه لم يستخدم الفيديو خلال المدة الأولى للبحث إلا أنه إستخدمه في المدة الثانية 2014 مع أخباره المنوعة ، فيما موقع محيط لم يستخدم واسطة الفيديو على الصفحة الرئيسة بشكل مباشر وإنما إستخدمه في صفحاته الداخلية مع أخباره السياسية والمنوعة ، أما موقع وكالة نينا للأنباء فلم يستخدم الفيديو نهائياً لا على صفحته الرئيسة ولا مع صفحاته الأخرى وهذا يُعد فقدان الموقع لواسطة مهمة ذات فعالية وحيوية وجذب للمتلقي.

16. تطور في إستخدام واسطة الفيديو خلال المدة الثانية للمواقع فالفيديو جاء بالترتيب الثالث بنسبة (2.01٪ ـــ 2.32٪) لمدتي البحث ، ومعظم المواقع كالعربية نت ومحيط وراديو سوا وإذاعة العراق الحر إستخدمت الفيديو مع أخبارها ومواضيعها المنوعة الأخرى ، فيما الشرقية لم يستخدمه مع أخباره وإنما مع برامجه المسجلة الأرشيفية فقط أما وكالة نينا فلم تستخدم الفيديو.

17. تباين إستخدام الصوت على الصفحة الرئيسة إذ إقتصر بين موقعين هما(إذاعة العراق الحر، وراديو سوا) كونهما مكملان لإذاعتين فتبادلا الترتيب خلال المدتين إذ جاء راديو سوا أولاً في المدة الثانية لإستخدامه الصوت أكثر من المدة الأولى على شكل بث مباشر أوملفات صوتية مرفقة مع الأخبار أو البرامج.

أما ترتيب الصوت وفق المجموع الكلي والنسب النهائية مقارنة بإستخدام الوسائط فإنه جاء بالترتيب الرابع بنسبة (1.18٪ ـــ 1.71٪).

18. إختلاف إستخدام الرسوم من قبل المواقع خلال مدتي البحث على الصفحة الرئيسة فموقع محيط حافظ على أن يكون أولاً في كلتا المدتين أما المواقع الأخرى فتبادلت الترتيب حسب إستخدامها للرسوم إذ بعضها قللَ من إستخدامها والبعض زاد منها بنسبة قليلة.

إذ يكون ترتيب الرسوم وفق المجموع الكلي والنسب النهائية مقارنة بإستخدام الوسائط الأخرى فجاءت أخيراً بنسبة (0.3٪ ـــ 0.21٪) خلال مدتي البحث وهي نسبة تراجعت عن المدة الأولى إذ إن البعض إختزل إستخدام الرسوم مع تغيير تصميم صفحته الرئيسة.

19. ينقص المواقع الإلكترونية الصحفي الإلكتروني فمن خلال الملاحظة والمراقبة لما ينشر فأن المحررين يتعاملون مع نص وصورة ثابتة فقط كما في الصحافة

الورقية دون التعامل مع الوسائط المتعددة التي على وفقها يحرر خبره وقصته الإخبارية الإلكترونية ؛ فالإعلام الإلكتروني لم يتوقف على النص والصورة فقط بل تعدى ذلك ليكون النص مرفقاً بصورة وصوت وفيديو ورسوم.

ثانياً :التوصيات(Recommendations)

1. الإستفادة من الجهد البحثي والأكاديمي في إستخدام التكنولوجيا الحديثة من وسائط متعددة وبراجيات بما يسهم وتطوير واقع الإعلام الإلكتروني.
2. التعاون عربياً وعالمياً في إيجاد السبل الكفيلة والإستفادة من الخبرات الفنية والتقنية لتطوير المواقع الإلكترونية إخراجاً وتصميماً ومضموناً بما يسهم في توسيع قاعدة الإنتشار على شبكة الإنترنت.
3. على المواقع الإلكترونية العربية والناطقة بالعربية والمحلية ، أن تواكب التكنولوجيا في وسائل الإتصال والإعلام وتستثمرها في أن تتجاوز حدودها الضيقة نحو تنويع خيارات المحتوى التقليدي الى محتوى صوتي وصوري ومرئي.
4. من أجل إعلام إلكتروني متكامل لابد من المواقع الإلكترونية إستخدام الوسائط المتعددة بجميع مزاياها لما لها من أهمية في جعل الموقع الإلكتروني أكثر قبولاً وجذباً للمتلقي بما يقدمه من معلومات وأخبار وترفيه.
5. إعتماد الصحفي الإلكتروني أصبح ضرورياً للمواقع الإلكترونية لما تحتاجه من تنوع عند تناول المعلومة فالنص وحده ليس كافياً في الإعلام الإلكتروني وإنما يجب أن تتداخل معه الصورة والفيديو والصوت والرسوم ، وهذا يتطلب ان يكون هناك صحفي إلكتروني محترف يعرف كيف يتعامل مع الوسائط المتعددة بشكل يجعل المعلومة تصل للمتلقي ويتفاعل معها.

6. لابد من إستخدام تقنيين وفنيين ذوي خبرة في البراجيات والتصميم للعمل في المواقع الإلكترونية ؛ فبدونهم لا يمكن تطوير الموقع كما ينبغي مع ما يحتاجه من وسائط متعددة ومتصفحات عالمية وأدوات تفاعلية.
7. زيادة مهارات العاملين في المواقع الإكترونية من خلال إشراكهم بدورات في التحرير الإلكتروني والتصميم والإخراج الإلكتروني والبراجيات.
8. . تطوير الجهد التقني للموقع وتعزيز ربطه بأكبر الخوادم العالمية واكثرها فاعلية ، وربطه ايضا بالمواقع الأساسية في العالم مثل غوغل و يو تيوب لضمان الانتشار.
9. على المؤسسات الإعلامية من جامعات أو كليات متخصصة في الصحافة والإعلام أن تضيف قسماً خاصاً لتدريس الإعلام الإلكتروني كونه أصبح ضرورة ملحة وفي سباق متزايد مع الإعلام التقليدي.
10. تشريع قانون ينظم إستخدام تكنولوجيا المعلومات في الإعلام الإلكتروني.

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب العربية (Arabic books)

1. إسماعيل ، محمود حسن ، مبادىء علم الأتصال ونظريات التأثير ، ط1 (القاهرة : مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع) 1998 م

2. أبو خضرة ، حسن ، النشر الإلكتروني، مج 23(عمان: رسالة المكتبة) أيلول 1988م

3. أمان ، محمد محمد ، النشر الالكتروني وتأثيره على المكتبات ومراكز المعلومات ، المجلة العربية للمعلومات ، المجلد 6 ، 1985 م

4. أبو عيشة ، فيصل ، الإعلام الالكتروني ،ط1 (عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع)2010 م

5. أبو معلي ، وائل وآخرون، مقدمة الى الانترنت، (عمان، دار السيرة للنشر والتوزيع)2000م

6. بسيوني ، عبد الحميد ، استخدام وتأليف الوسائط المتعددة ، (القاهرة : دار الكتب العلمية) 2005م

7. بصيوص ، محمد حسين وآخرون . الوسائط المتعددة تصميم وتطبيقات (عمان : دار اليازوري العلمية للنشر) 2004 م

8. بخيت ، السيد، الصحافة والإنترنت، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع) 2000م

9. بخيت ، السيد ، الإنترنت وسيلة إتصال جديدة،الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، (العين ،دار الكتاب الجامعي)2004م

10. البياتي ، ياس خضير، الإتصال الدولي والعربي، مجتمع المعلومات ومجتمع الورق،(عمان، دار الشروق) 2006م

11. البواب ، وفاء فوزي وآخرون . التصميم المطبعي الرقمي ، ط1(عمان ، مكتبة المجتمع العربي) 2005 م

12. التهامي ، مختار ، تحليل مضمون الدعاية في النظرية والتطبيق (القاهرة : مطابع دار المعارف في مصر) 1975م

13. تربان ، ماجد سلمان ، الإنترنت والصحافة الإلكترونية ـ رؤية مستقبلية ـ ط1(المكتبة الإعلامية : الدار المصرية اللبنانية) 2008 م

14. حجاب ، محمد منير ، الحرب النفسية ،(القاهرة : جامعة جنوب الوادي. دار الفجر للنشر والتوزيع) ، 2005م

15. الحسيب ، محمد تيمور عبد ومحمود علم الدين ، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والإتصال والتوثيق الإعلامي (القاهرة: دار الكتب العلمية)2003م

16. حسن ، سمير محمد ، الإعلان . ط2 (القاهرة: دار النهضة) 1984 م.

17. الحسيني ، أسامة ، كل شيء عن الكومبيوتر والانترنت (القاهرة ، مكتبة ابن سينا)2002م.

18. الخازن ، جهاد ، الإعلام على الطريقة الأميركية، (بيروت :المكتبة الحديثة) 2005م

19. الدناني، عبد الملك ردمان ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت ، ط1 (القاهرة: ،دار الفجر)2003 م

20. داود، عزيز حنا ، عبد الرحمن حسين ، مناهج البحث التربوي (بغداد : جامعة بغداد – كلية التربية (ابن رشد) ،1990م

21. دليو ، فضيل ، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والإتصال (NICT /NTIC) المفهوم ، الإستعلامات ، الآفاق ،ط1 (عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع)2010

22. رجاء وحيد دويدري ، البحث العلمي أساسياته النظرية وممارسته العملية ، ط1(بيروت :دار الفكر المعاصر، دار الفكر،دمشق:سورية) 2000م

23. رابح ، الصادق ، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة،(العين، دار الكتاب الجامعي) 2004 م

24. الرمضاني ، أياد حسن وآخرون، المدخل إلى الشبكة التبادلية والبريد الالكتروني، (الموصل: دار الكتب للطباعة والنشر)

25. زيتون ، حسن حسين ، تصميم التدريس رؤية منظومية ، ط2(عالم الكتب) 2001م.

26. سميسم ، حميدة ، الرأي العام وطرق قياسه (عمان : دار مكتبة الحامد للنشر والتوزيع) 2002م

27. السيد ، سمير إسماعيل ، تطبيقات الإنترنت والوسائط المتعددة ، ط1 (القاهرة: مكتبة عين شمس) ،2003م

28. ساري ، حلمي خضر ، ثقافة الإنترنت، دراسة في التواصل الإجتماعي، (دار جهاد للنشر و التوزيع)2005 م

29. الشهري ، فايز عبد الله ، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الأتصال الجديدة (دبي: ، دار الحكمة) 2003 م

30. شفيق ، حسنين محمد ، تكنولوجيا الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والانترنت (دمشق: رحمة برس للنشر ، 2007م

31. شفيق ، حسنين ، الإخراج الصحفي الإلكتروني التجهيزات الفنية، (القاهرة، دار فكر وفن للنشر والتوزيع) 2010م

32. شفيق ، حسنين ، الإعلام الإلكتروني، ط2 (دمشق: رحمة برس للطباعة) 2006م

33. شفيق ، حسنين محمد. حاسبات الوسائط المتعددة والانترنت ، ط2 (القاهرة : دار الكتب العلمية) 2005 م

34. شمو ، علي محمد ، التكنلوجيا الحديثة والاتصال الدولي والأنترنت ،(جدة: الشركة السعودية للأبحاث والنشر) 1998 م

35. شاهين ، بهاء ، الإنترنت والعولمة ، ط1 (القاهرة : عالم الكتب) 1999 م

36. شبانه ، مراد وآخرون، مقدمة إلى الشبكات، (عمان: دار المسرة للنشر والتوزيع والطباعة) 2002م

37. صادق ، عباس مصطفى ، الصحافة والكومبيوتر، ط1(بيروت: الدار العربية للعلوم) 2005م.

38. صادق ، عباس مصطفى ، صحافة الانترنت قواعد النشر الالكتروني الصحافي الشبكي، (أبو ظبي، دار الظفرة للطباعة والنشر) 2003م

39.الصابوني ، عبد الرحيم ، تنمية المهارات المهنية الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية (الأنترنت) ، دمشق : 1996م

40. الطويرقي ، عبد الله بن مسعود ، صحافة المجتمع الجماهيري، (الرياض، دار العبيكان ، كتاب جامعي) ، 1996 م

41. طلبة ، محمد ، الإنترنت ، ط1 (القاهرة : مطابع المكتب المصري الحدث) 1997 م

42. عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط1 (القاهرة : علم الكتب) \2000م

43. عبد الحميد ، محمد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، ط1،(جدة:المكتبة الفيصلية)1987م

44. عودة ، احمد سليمان ، د. فتحي حسن مكاوي ،أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية : عناصره ومناهجه والتحليل الإحصائي لبياناته (عمان : مكتب المنار) 1987م

45. العلاف ، بشير ، التسويق في عصر الانترنيت والاقتصاد الرقمي ، (القاهرة: منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية) 2003 م

46. عطوي ، جودت عزت ،أساليب البحث العلمي مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية ،(الناشر: مكتبة دار الثقافة للنشر والتوزيع) 2000م

47. علم الدين ، محمود سليمان ، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الإتصال الجماهيري، (القاهرة، العربي للنشر والتوزيع) 1990م

48. العبد الله ، مي ، الإتصال والديمقراطية، الفضائيات والحرب الإعلامية (بيروت : دار النهضة العربية) 2005م

49. العالم ، صفوت . عملية الاتصال الاعلاني ، ط5 (القاهرة : دار النهضة المصرية) 2002م

50. عبد الحسيب ، محمد تيمور ومحمود علم الدين ، أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق الإعلامي . (القاهرة ، دار الكتب العلمية) 2003م

51. الغريب ، سعيد ، الصحيفة الالكترونية والورقية ، دراسة مقارنة (القاهرة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام) 2001 م

52. غيطاس ، جمال محمد ويسري زكي ، الصحافة المطبوعة (القاهرة : دار النهضة) 2003م

53. فلحوط ، صابر ومحمد البخاري، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، (دمشق: دار علاء الدين) 1999م

54. فلحي ، محمد جاسم، النشر الإلكتروني، الصحافة الإلكترونية والوسائط المتعددة، (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع) 2005م

55. فلحي ، محمد ، صناعة العقل في عصر الشاشة- دور وسائل الاتصال الالكتروني بالمجتمع المعاصر، التلفزيون- الانترنيت- الحاسبات الالكترونية (عمان، الدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع ودار الثقافة والتوزيع) 2002 م

56. القيم ، كامل حسون ، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية ، (بغداد ، السيماء للتصاميم والطباعة) 2007م

57. كاتب ، سعود صالح ، الإعلام القديم والإعلام الجديد،(جدة: مكتبة الشروق) 2003 م

58. اللبان ، شريف درويش ، تكنولوجيا النشر الصحفي، الإتجاهات الحديثة، ط1(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)2001 م

59. اللبان ، شريف ، الصحافة الالكترونية ، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع ، ط1 (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية) 2005م

60.لعياضي ، نصر الدين ، وسائل الإعلام، ظلال وأضواء، (العين، دار الكتاب الجامعي) 2004م

61. حجوب ، وجيه ، البحث العلمي ومناهجه ، (بغداد: دار الكتب للطباعة والنشر) 2002 م

62. محسن ، حميد جاعد ، أساسيات البحث العلمي ، ج1(شركة الحضارة للطباعة) 2004 م

63. مصطفى ، أحمد وحيد ، الحاسب الآلي في الفن والتصميم (القاهرة: نقابة مصممي الفنون التطبيقية) 2003م

64. موسى ، عصام ، المدخل في الأتصال الجماهيري ، (بيروت : المكتبة الحديثة) 2004م

65. محمود ، سمير ، الحاسب الآلي وتكنولوجيا صناعة الصحف، (مصر: دار الفجر) 1997م

66. مكاوي ، حسن عماد ، تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية) 2005م

67. محمد ، زينب ونبيل جاد ، نظم تاليف الوسائط المتعددة (بيروت : دار الهدى للنشر والتوزيع)2001م

68. مصطفى ، أحمد وحيد ، الحاسب الالي في الفن والتصميم (القاهرة : نقابة مصممي الفنون التطبيقية) 2003 م

69. نصر ، حسني محمد وسناء عبد الرحمن، الفن الصحفي في عصر المعلومات ، ط1(العين: دار الكتاب الجامعي)2005م

70. نصر ، حسني محمد - سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات ـ الخبر الصحفي، (العين، دار الكتاب الجامعي) 2004م

71. نصر ، حسني محمد ، الانترنت والإعلام ، الصحافة الالكترونية ، (الكويت: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع) 2003م

72. النعيمي ، غادة ، أمين شوكت ، تكنولوجيا الإنترنت (الناشر: دار البداية) ، 2010 م

73. يوسف ، عبد التواب ، التنافس بين الكتاب المطبوع والكتاب الالكتروني (القاهرة : الهيئة العامة للكتاب) 1997م

ثانياً:الكتب المُعربة(Books Arabized)

1. ايفنز ، كاثي، أسرع أسهل الانترنت، ترجمة: مركز التعريب والترجمة،(بيروت: الدار العربية للعلوم) 2003م

2. أنولا، ميشيل، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام والتربية، ترجمة: نصر الدين لعياظي والصادق الرابح، (دبي: دار الكتاب الجامعي) 2004 م

3. ريتش ، كارل، كتابة الاخبار والتقارير الصحفية ، ترجمة عبد الستار جواد (الإمارات: دار الكتاب الجامعي) 2002 م

4. رايت ، مايكل وموكول باتل، التطورات العلمية في القرن 21 ، الإتصالات والإعلام، ترجمة مركز التعريب للترجمة، (بيروت، الدار العربية للعلوم) 2002م

5. سيمونيان ، جورج نوبار، الثقافة الإلكترونية ،(الناشر: مكتبة الأسرة)2004 م

6. فريدريك فاسور، وسائل الإعلام في المستقبل، (بيروت: منشورات عويدات) 1996م

ثالثاً: الرسائل الجامعية (University theses)

1. أمين، رضا عبد الواجد، استخدامات النخب المصرية للصحافة الإلكترونية وتأثيرها على علاقتهم بالصحافة الورقية، رسالة دكتوراه، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، 2005م

2. خليل ، فاضل عباس ، الإعلانات عبر الانترنت ، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2007م

3. زريزب ، عبد العظيم كامل ، صناعة الأخبار في الصحافة العربية ،دراسة مقارنة ، إطروحة دكتوراه مقدمة الى مجلس كلية الإعلام جامعة بغداد ، 2006م

4. سيف ، عبد الحكيم طارش ، إستخدامات الإنترنت في وسائل الإعلام العراقية ، رسالة ماجستير، كلية الإعلام جامعة بغداد ، 2002 م

5. السمان ، احمد ، دراسة مقارنة بين صورة مصر في المضمون الصحفي المطبوع وعلى شبكة الانترنت ، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة: جامعة ةالقاهرة ،كلية الاعلام ، قسم الصحافة) 2003م

6. العيسى ، جاسم محمد شبيب الكاظم ، حدود تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في الصحافة العراقية مع دراسة لاستخدام الوسائط المتعددة في الصحافة الالكترونية العراقية ، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام في جامعة بغداد لنيل الماجستير في الإعلام ،2008م

7. الفيصل ، عبد الأمير ، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، رسالة دكتوراه مقدمة الى جامعة بغداد، كلية الإعلام ،2004 م

8. المهداوي ، فارس حسن شكر ، صحافة الانترنت دراسة تحليلية للصحف الالكترونية المرتبطة بالفضائيات الاخبارية ،' العربية. نت نموذجاً ، رسالة ماجستير في الاعلام والاتصال مقدمة الى مجلس كلية الاداب والتربية. الاكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك ، 2007م

9. الهيتي ، هادي نعمان محمد ، الاتصال الجماهيري في العراق ،1977-1978:مع دراسة ميدانية لتحليل مدى تعرض الجمهور العراقي له والمشكلات الاتصالية للتعرض (رسالة دكتوراه ، جامعة القاهرة)1980م

رابعاً: الدراسات والبحوث والمؤتمرات(Studies, research andconferences)

1. بن صالح ، محمد ، الانترنت ودوره في تقديم المعلومات، 2005م

www.informatus.Gov.sg/magasine/melodules506html

2. توفيق ، زهير ، تحليل المضمون ، محاضرة ألقيت على طلبت الماجستير في قسم الإعلام سنة 1993م

3. الحارثي ، فهد العرابي (باحث سعودي)، الإعلامي الجديد" ومستقبل إعلامه، مركز اسبار للدراسات والبحوث والإعلام ،أستقت بتاريخ 10 تموز2011 www.asbar.com/ar/contents.aspx8

4. الحمداني ، بشرى الوسائط المتعددة ، موقع الجامعة العراقية ، أستقت من الإنترنت بتاريخ 25 /11/ 2012 م

5. خليل ، محمود، الصحافة الإلكترونية، المفاهيم والأدوات، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الحادي عشر، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، حزيران 2005م

6. ربيع ، حامد ، فلسفة الدعاية الإسرائيلية (بيروت : منظمة التحرير الفلسطينية (مركز الأبحاث)، 1970م

7. الرميح ، رميح بن محمد، هل ينجح الواب كما نجح الويب؟مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتكنلوجيا www.khayma.com./madina/wab.htm

8. الشهري ، فايز عبد الله ، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الإتصال الجديدة، دراسة مقدمة إلى المؤتمر العلمي الأول لأكاديمية شرطة دبي، 2003م

9. الشهري ، فايز عبد الله ، صورة المملكة العربية السعودية على شبكة الإنترنت، بحث مقدم إلى المنتدى الإعلامي السنوي الثاني، الرياض، 2- 5 تشرين الثاني 2004م

10. شرف ، عبد العزيز ، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال – نحو إعلام إسلامي فاعل ومؤثر ، www. rooad.net/print.php?id=716

11. شومان ، محمد ، في ضوء ثورة الإعلام، هل نقول وداعاً للصحافة والإذاعة والتلفزيون، (الجزيرة صحيفة يومية تصدرها مؤسسة الجزيرة للصحافة والطباعة والنشر العدد:10682 الطبعة الاولى) الخميس 27/ 12/ 2001 م ، http://www.ahlabaht.org/8215361132

12. علي ، نبيل، الثقافة العربية وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، العدد 265، (الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، 2001م

13. العبد الله ، مي ، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة .نموذج جريدة النهار، مؤتمر صحافة الانترنت:الواقع والتحديات، جامعة الشارقة2005 م

14. العنزي ، صالح زيد صالح ، إخراج الصحف الألكترونية في ضوء السمات الأتصالية لشبكة الانترنت،جامعة الإمام محمد بن سعود الأسلامية، 2007م

15. عباس ، بشار ، دليل الأنترنت ،(مجلة المعلوماتي، العدد 46 لبنان) 1996م

16. عبد الهادي ، زين ، محركات البحث على شبكة الانترنيت: دراسة تجريبية مقارنة، (مجلة المكتبات والمعلومات العربية، العدد 258)2003 م

17. عارف ، محمد ، تأثير تكنلوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية (مركز الإمارات للدراسات والبحوث الأستراتيجية.سلسلة محاضرات الإمارات.أبوظبي) 1997م

18. العربي ، عثمان: مصداقية الصحافة الإلكترونية العربية لدى الجمهور السعودي، دراسة مسحية على متصفحي الصحافة الإلكترونية في مدينة الرياض، مؤتمر صحافة الإنترنت، في الوطن العربي، الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال، 22-23 تشرين الأول 2005م

19. عبد القادر ، حسام ، الصحافة الإلكترونية بين الأمس واليوم، (القاهرة: مداخلة في الندوة التي نظمتها مجموعة هارتس ان وان وهوارشتر الإلكترونيتين) في 17 تموز 2007م ، متاح على الإنترنت http://husseineinrashed.jeeran.com أستقت بتاريخ 19 / 9/ 2012

20. غندور ، محمد جلال سيد ،استخدام التدريسيين للإنترنت ، دراسة تحليلية للأتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات ،جامعة القاهرة) 1999 م

21. فهمي ، نجوى عبد السلام ، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، المجلد الثاني ، العدد الرابع ، تشرين الأول ـــ كانون الأول 2001م

22. كليب ، فضل ، الإنترنت ودورها التنموي في المكتبات ، رسالة المكتبة، المجلد 33، العدد 1، 1998م

23. الكاتب ، سعود صالح ، الصحافة العربية في الإنترنت، المجلة العربية، العدد 36، السعودية، 2000م www.geocities.ws/pal_media/docment.htm

24. مكي ، لقاء ، الأشكال التقليدية للمحتوى الصحفي مقابل صحافة الإنترنت،

خامساً: المجلات والصحف (Magazines and newspapers)

أ. المجلات:

1. أدلبي ، نبال ، قرص متراص متعدد الطبقات ، مجلة المعلوماتي ، العدد 47 ، 1996 م

2. التركي ، فاضل ، مستقبل التلفزيون ، نشر في مجلة القافلة العدد 47 – تشرين الثاني ــــ كانون الأول ، 2010م www.doroob.com

3. الحميري ، صادق طاهر ، النشر الإلكتروني عالم من الحداثة والتجدد، المركز الوطني للمعلومات، مجلة المعلومات عبر الانترنت، http://www.nic.gov.xe

4. الزرو ، حسن مظفر ، الواقع الإفتراضي في الحاسوب، هل يحمل بديلاً عن الواقع الملموس، المجلة العربية للتربية والثقافة والعلوم، عدد 34، تونس، 1998م

5. صقر ، عبد الرحيم ، مشروع لغة الشبكات العالمية، المجلة العربية للعلوم، العدد34 السنة السابعة عشر، تونس، 1999م، www.geocities.ws/pal_media/docment.htm

6. الفيصل ، عبد الأمير ، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي ، بحث منشور ، مجلة الآداب ، بغداد ، العدد 74 ، 2006 م

7. شريم ، رامي أكرم الإعلام الإلكتروني العربي، مقارنة نقدية،(مجلة الإذاعات العربية، مجلة يصدرها إتحاد إذاعات الدول العربية، العدد الرابع، تونس) 2001م

8. شومان، محمد ، الصحافة الإلكترونية العربية، دراسة تطبيقية على صحيفة إيلاف، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 20، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، تشرين الثاني- كانون الأول 2003م

9. الشمعة ، خلدون ، الماكلوهانية ، الفكر العربي (مجلة تصدر عن معهد الانماء العربي ، بيروت) ، السنة الاولى،العدد السادس، تشرين الثاني ،1978م

10. طايع ، سامي ، استخدام شبكة الانترنت في الحملات الدعائية ، مجلة تلفزيون الخليج ، العدد 57 ، السنة 18 ، ايلول ، 1999 م

11. عليان ، ربحي مصطفى ومنال القيسي ، استخدام شبكة الإنترنت في المكتبات الجامعية (دراسة حالة لمكتبة جامعة البحرين) ، رسالة المكتبة، المجلد 34، العدد 4، 1999م

12. عيسى ، بهاء ، شاهد التلفزيون عبر الانترنت، مجلة أنترنت العالم العربي ، تشرين الثاني 1999م.

13. علي ، نبيل ، نادية حجازي، الفجوة الرقمية رؤية عربية لمجتمع المعرفة، سلسلة عالم المعرفة، العدد 318، (الكويت، المجلس الوطني للادب والثقافة والفنون) 2005م

14. علي ، نبيل ، العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة ، العدد 184 (الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب) 1994م

15. الغريب ، سعيد ، الصحيفة الالكترونية والورقية ، دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الالكترونية المصرية ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (القاهرة : جامعة القاهرة ، كلية الإعلام) 2001م

16. لعياضي ، نصر الدين ، الشباب الإماراتي والإنترنت، دراسة ميدانية في الإنترنت والسلوك الثقافي، مجلة الرافد، العدد89، الشارقة، دائرة الثقافة والإعلام، 2005م

17. لعياضي ، نصر الدين ، الإتصال الحديث في مجال الإعلام، إستتباعات تكنولوجية ، مداخلة في الندوة العلمية المعنونة: الأبعاد الفكرية والتقنية لإستخدام المعلومات في الإعلام الحديث، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، مجلة الرافد العدد 106، 18 مايس 2005م

ب. الصحف:

1. الشهري ، فايز عبد الله ، صحافة الإنترنت إلى أين؟، جريدة الرياض، العدد 14475، 10 شباط 2008م

2. يوسف ، أحمد محمد ، ماشكل الإعلام الإلكتروني ومستقبله في الوطن العربي، مقالة منشورة في جريدة القبس، العدد 13599، الكويت، 22/ 11/ 2007م

سادساً:الإنترنت(Internt)

1. الأحمد، نادية صابر، الانترنت قوة الاعلام الجديدة. أستقت بتاريخ 9/ 3/ 2008
www.aljazirah.com

2. منتديات لك ،اشهر محركات البحث ، www.lakii.com/ متاح على الإنترنت 4 تموز 2013م

3. إحصائيات الانترنت 2012 ، موقع Pingdom ، http://www.computer-wd.com/2013/01/internet-statistics-2012.html ، أستقت من الإنترنت بتاريخ 5 تموز 2013م

4. إحصائية عدد مستخدمي الانترنت في العالم لسنة 2012 ، موقع الكون سوفت alkoonsoft.com/numberofworldinternetusers.html،

5. إحصائيات الانترنت 2012 ، موقع عالم الكمبيوتر ، www.computer-wd.com/2013/01/internet-statistics-2012.html

6. تلفزيون الإنترنت ، موقع منتدى المهندس ياسر ، www.engineeryasser.yoo7.com/t160-topic

7. الحارثي ، فهد العرابي (باحث سعودي) ،، الإعلامي الجديد ومستقبل إعلامه ، مركز اسبار للدراسات والبحوث والإعلام ، مقالة أستقت بتاريخ 21/ 5/ 2011 ، www.asbar.com/ar/contents.aspx?c=808

8. الحمامي ، الصادق ، إتجاهات الصحافة الإلكترونية في العالم وفي تونس، منشور على مدونة صادق الحمامي www.sadokhammami.com ، أستقت بتاريخ 12 تموز 2013م

9. ران ، سايمون ، النشر الالكتروني الاعلام الجديد ،استقت بتاريخ 2 نيسان 2013م
www.Columbia Journalism Teview.com

10. سعادة ، صالح محمد ، محمد محمود الرامين، علاء علي حمدان، البث المرئي على الإنترنت ، كتاب (مقدمة إلى الإنترنت) ، كتاب (التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والإنترنت) للبروفيسور علي محمد شمو. كتاب (البث المباشر حقائق وأرقام) د. ناصر العمر. من ويكيبيديا، الموسوعة الحرة، www.wikipedia.org/wiki/، www.akhuraif.com/blog/?p=812، www.khayma.com/internetclinic/mp3f3.htm ، أستقت بتاريخ 15 تموز2013م

11. عدد مستخدمي الانترنت حول العالم لسنة 2013، موقع Internet world stats ، www.ainoussera.info/ar/2013/05/20

12. كنيدي ، مايكل ، الكتابة في فضاء الإنترنت ، بحث منشور على الإنترنت للملتقى العربي لصحافة تقنيات المعلومات ، دبي ، 2003 م

13. موقع الموسوعة العربية للكومبيوتر والانترنت، مقالات الموسوعة،أستقت بتاريخ 7/ 1/ 2011، ص1. http://www.c4arab.com/

14. منتدى الاعلام الالكتروني موقع الملاك ، مقالة ، استقت بتاريخ21 تموز2012 etudiantdz.com/vb/t26739.html

15. ملتي ميديا ، ويكيبيديا، الموسوعة الحرة Noia 64 apps multimedia.png

16. موقع المعلم وتقنيات التعليم ، / kenanaonline.com/users/Technology2011/topic ، أستقت من الإنترنت بتاريخ5 تموز 2013م

17. منتديات ستوب ، مفهوم تكنولوجيا الوسائط المتعددة وعناصرها ، أستقت من الإنترنت بتاريخ 5 تموز 2013 http://www.forum.stop55.com/293348.html

18. ويكيبيديا، الموسوعة الحرة (العربية نت) أستقت بتاريخ 5/ 6/ 2012 ar.wikipedia.org/wiki/ العربية.نت

19. ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، www.wikipedia.org/wiki

سابعاً: الكتب الأجنبية (Foreign books)

1. Anastasi , "psychology Testing ",New york , Machillan Co. Addison Wesley , 1993
2. Brody, Douglas. A. Saudi Arabia international media strategy: influence through multinational owner ship in Hfezx. (ed) Mass media politics and society in the middle east. (Hampton press Ine, 2001).
3. Craig Brahham. The anatomy of web page. Saint Louis university.Usa,availableon: URLhttp://www.english.ttu.edu/craig/2.2/news/youcanuse/craig/page.html
4. Fred T. hofstetter : Multimedia Literacy , (U.S.A : Me Graw – Hill , 2001
5. Jense, A.R. Bias in mental Testing , Methuen .Co ,London ,(1980).
6. J. D. Lasica, Video comes to tue web Amrican Jounrnalism review, January February 1998. available on: http://www.well.com/user/jd/coljan98.html. accessed at 11.2.2008
7. Lan Bafield : Design For New Media "Interaction design ofr Multimedia and the Web" (Eng land , Pearson eduction Lmited , 2004

لان بافيلد ، تصميم جديد لوسائل الإعلام" التفاعل تصميم الوسائط المتعددة OFRوويب) "المهندس الأرض، بيرسون الاستنباط ، 2004

8. Lynch , D. and Rose, N . Internet System Handbook .London , www.scotsmist.co.uk/glossary_w.html
9. Mark Deuze, the web and its journalism: considering the consequences of different types of news media online SAGE publications, London, thousand oack CA and New Dehil Vo 15 (2). 2003
10. Morris. Merrit & Ogan. Christin. The internet as Mass media. Journalist of mass communication.1996
11. Patrick Lynch and Saraha hortan. Yale web style Guide Yale university available on http://www.infomed.yale edu/caim/mahual/1997, accessed at 4-3-2013
12. Repecca J. Chamber in, "Perce Options of Graphics no overuse graphics on web sites" AEJMC conference papers, (Oct. 1998) online available on http://listmsnedu/ogi-bin/wa, accessed at 12 ,5, 2013
13. Scott. A Teacher Guide to Understanding The Internet , ' The Internet : htt : / www geocities com / Athens / 4610 / page htm . 18 / 3 / 1998,

14. Strang love. M. The Internet as Catalyst for a Paradigms Shift journal of Computer –Mediated Communication., 1994

15. Tom,Lieb,availableon,accessed,16-5-2012 ,www.tomnson.edu/lieb/edithing/desging

ملحق (1)

أنموذج إستمارة التحليل

الفئات الرئيسة	الفئات الفرعية وتعريفاتها الإجرائية	التعديلات المقترحة		
		كماهي	تعديل	حذف
1.النص: TEXT هو مجموعة من البيانات مكونة من حروف ورموز يتم كتابتها ثم تخزينها بشكل يستطيع الحاسوب قراءته ويتم إدخال النصوص بواسطة لوحة المفاتيح أو عن طريق المساح الضوئي(سكنر)	أ. نص لعنوان ثابت(Text to a fixed address) : يقصد به النص للعناوين الثابتة التي تكون على الصفحة الرئيسة للموقع إذ كثير من المواقع تستخدم هذا الإسلوب في إبراز نص لعناوين ثابتة في زاوية أو أكثر من صفحتها الرئيسة لتسهل للمتصفح إنتقاء ما يرغب بالإطلاع عليه. ب. نص لعنوان متغير (Text of the address of a variable) : وهو إسلوب آخر تستخدمه المواقع الإلكترونية في أن تكون فيه نصوص متعدة لعناوين تتغير إلكترونياً وفق تقنية تصميم الموقع أو يمكن ان تُغير من قبل المتصفح من خلال إستخدام			

			(الماوس) بالنقر على الأسهم الجانبية لليمين أو اليسار أو الأعلى والأسفل لتغير العناوين وتصفحها. ت. نص لشريط متحرك Text of a moving bar): وهو تقنيه يستخدمها الكثير من المواقع الإلكترونية لاسيما للأخبار العاجلة ويكون على الغالب في أعلى الصفحة الرئيسة ، ويكون شريط متحرك بإستمرار من جهة اليسار لليمين ليستعرض نص العناوين. ث. نص مع صورة ثابتة (Text with a static image): هو ما يرافق الصورة الثابتة من نص لعنوان فقط أو ملخص لخبر الصورة أو نص لشرحها فبعض المواقع الإلكترونية لاتستخدم تقنيات حركية وإنما فقط تعتمد على الصورة الثابتة. ج. نص مع صورة متغيرة متغيرة (Text with variable image): وهو نص يرافق الصور المتغيرة لعدة أخبار وأحداث ومواضيع ، تلقائياً بحركة	

				رأسية أو أفقية وغالباً ما تستخدم المواقع هذه التقنية في أعلى صفحاتها الرئيسة مع أخبارها الهامة ، أو يترك الموقع الخيار للزائر في أن يتصفح النصوص مع الصور المتغيرة بواسطة (الماوس) بالأسهم المرافقة لليمين أو اليسار أو أعلى وأسفل ليدخل على موضوع الصورة الذي يختارها. ح. نص مع فيديو (Text with video): وهو نص يأتي على شكل عنوان أو ملخص مرفق يشرح موضوع الفيديو ليسهل للزائر معرفة محتوى الفيديو وجذبه للدخول إليه. خ. نص بتقنية الإختفاء والظهور (Text technology disappearance and appearance): وهي تقنية تتعامل مع النص لإخفائه وظهوره وغالباً ما تستخدم مع الإعلانات ، و عناوين الزوايا الهامة أو جذب الزائر لموضوع هام أو خدمة ليطلع عليها ، وتعد من تقنيات التصميم الجمالية لشد إنتباه المتصفح.	

2- الصورة:(The image) : هي تعبير عن واقعة أوحدث في مكان وزمان معينين ، وهي في الصحافة والإعلام تُغني عن الكثير من الكلام ، فضلاً عن إنها تضيف واقعاً ومصداقية للخبر إذا كانت مأخوذة من زمان ومكان الحدث ، وتعد من إحدى الوسائط المتعددة لشرح الأفكار أو لعرض المعلومات	أ.صور ثابتة(Static image): يقصد بالصور الثابتة هي تلك الصور التي لاتتغير بأخرى وفق تقنيات التصميم والحركة ، وإنما تبقى ثابتة مع الخبر وأي موضوع على الصفحة الأخرى كما في الصحف الورقية مع الأخبار والفنون الصحفية الأخرى. ب. صور متغيرة Image (variable): وهي صور تتغير مع طبيعة تصميم الصفحة الرئيسة والتقنيات المستخدمة فيها إذ تتغير ذاتياً رأسياً او أفقياً مع عناوين الموضوعات أو من خلال تدخل الزائر بالنقر بالـ (الماوس) على الأسهم الجانبية لليمين واليسار ليطلع على المحتوى والدخول في تفاصيله.			

ولزيادة متعة المشاهدة وأحياناً تغني عن العديد من صفحات الكتابة.	ت. شريط صوري متحرك bar (moving): هو عبارة عن شريط لعدد من الصور لأخبار وأحداث ووقائع يتحرك بشكل رأسي أو أفقي ذاتياً أو من خلال تدخل الزائر ، تستخدمه المواقع في صفحاتها الرئيسة لإستدراج الزائر في إختيار ما يفضله من معلومات أوأخبار. ج. شريط صوري متحرك مع فيديو(bar with a moving video): وهي تقنية تستعرض عدد من الصور لأحداث موضوع الفيديو وبشكل متحرك لليمين او اليسار او رأسي وأفقي حسب تصميم الموقع ليسهل للزائر إختيار ما يرغب فيه من مشاهدة أي مقطع فيديو معروض. ح. صورة كاريكاتير(Image) Caricature: وهي صورة لرسوم كاريكاتيرية تستخدمها بعض المواقع على صفحاتها الرئيسة معتمدة على رسامي كاريكاتير كبار لما لصورة الكاريكاتير من قوة جذب للمتلقي ،			

			فضلاً عن ما يحتويه مضمون الكاريكاتير من رسالة إعلامية سهلة وواضحة لمواضيع ساخرة أو ناقدة في كافة الميادين. خ. صورة إعلان (Image announcement): وهي الصورة التي ترافق الإعلانات التجارية والخدمية وغالباً ما تخصص المواقع الإلكترونية مساحة إعلانية على صفحاتها لتمويل نفسها. د.صورة بيانية (Graphic image):صورة تُستخدم مع الأخبار الإقتصادية والطقس والبحوث العلمية والدراسات والإستطلاعات لتوضيح مؤشرات ومخططات يستدل من خلالها الزائر معرفة ما يريده.	
			أ.الصوت لوحده(Sound alone): وهو تطبيق تستخدمه المواقع الإلكترونية الإذاعية في بث مباشر	3.الصوت(The Sound) : هو ملفات صوتية مباشرة أو غير مباشرة أرشيفية

			لبراجها اليومية المعتادة عبر الإنترنت من خلال أيقونة خاصة على الصفحة الرئيسة للموقع. ب.الصوت مع الصورة (The sound with the picture): هو ملف صوتي مرفقاً مع صورة ثابتة لخبر أو إعلان ليعلق بشأنها أو يشرح موضوعها. ت.الصوت مع النص والصورة (Audio with text and image): هو ملف صوتي مرفقاً مع نص وصورة ثابتة لخبر او اية موضوع آخر ، يُستمع له من خلال برنامج خاص للصوت الرقمي مثل (mp3) ، وغالباً ماتستخدمه المواقع الإلكترونية الإذاعية مثل موقع إذاعة سوا وإذاعة موقع العراق الحر عينة البحث. ث.الصوت مع الرسوم (Sound with fees) : هو صوت توضيحي أو تعليق أو شرح لرسوم توضيحية وبيانية لمؤشرات أسهم المال والإقتصاد والنشرات الجوية والبحوث يرافق والرسوم البسيطة والمعقدة التعليمية	تستخدمه المواقع الإلكترونية لاسيما المحطات الإذاعية التي أنشأت لها مواقع على شبكة الإنترنت التي تدعو فيها المتلقين لمتابعتها عبر الإنترنت ، وهو من الوسائط التي تؤثر بشدة في العملية التفاعلية ،فهو يشد الانتباه ويسهل الحفظ ويعزز الصورة ، والصوت يمكن أن يكون تماثلياً مثل الذي نسمعه من الراديو أو من شريط الكاسيت وهو ناتج عن موجات متصلة ، أو أن يكون صوتا رقمياً (Digital) كما هو الحال في الإنترنت.

	أو إداء صوت حواري لرسوم كارتونية كأفلام الكارتون.			
4.الرسوم (Animation): هي كل ما تستخدمه المواقع الإلكترونية من رسوم (الجرافيكس) والرسوم البيانية فضلاً عن الرسوم المتحركة التي تعرض بعضها وراء البعض الآخر بشكل متتابع لتعطي في النهاية إحساساً بتحرك الرسومات على الشاشة على أكثر من مكان.	أ.شكل بسيط (رسوم ثنائية) The (simple shape): وهي رسومات ثنائية بسيطة كالرموز والأيقونات مثل:(الهاتف ، البريد ، والكاميرا الفيديوية ، وكاميرا الصورة ، الصفحة الرئيسة ، اليوتيوب ، فيس بوك ، تويتر وغيرها من الرسوم والرموز البسيطة التي أصبحت معروفة للزوار والمتصفحين. ب.شكل معقد (Complex shape): هي رسوم أكثر تعقيداً من البسيطة وتحتاج الى جهد أكبر لاسيما إنها تعتمد على الحركة بشكل مستمر كأفلام الكارتون ، أو إستخدام الحركة (الفلاشية) من الجانب او من الأسفل حسب ما تقتضيه الحركة للشكل او الرسم وبما يشد إنتباه الزائر للموضوع.			

5.الفيديو((TheVideo): هو مادة فلمية تحتوي على كل العناصر من النص والصورة والصوت فضلا عن الحركة ويعد أقوى وسائل الوسائط المتعددة تأثيراً في العملية التفاعلية ، ونستطيع دمج للقطات الفيديو سواء كانت فيديو مباشر أو فيديو رقمي لعرض مهام عمل ما وجعله أكثر جاذبية.	أ.فيديو مع النص Video with text): هو ملف بالصوت والصورة المتحركة لخبر أو حدث يرافقه نص لعنوان أو ملخص يستدل من خلاله الزائر عن مضمون الفيديو لمشاهدته إذا رغب. ب.فيديو مع الصوت (Video with sound): هو فيديو لحدث أو تقرير إخباري أو مادة منوعة او ترفيهية يرافقها صوت المعلق أو المذيع أو مقدم البرنامج ليوضح بالفيديو الحدث الذي يتناوله ملف الفيديو. ت.فيديومع إعلان(Videowith announcement): وهي مادة فلمية إعلانية قصيرة الوقت تعلن عن سلعة تجارية او خدمة معرفية وإعلامية تستخدم من قبل المواقع الإلكترونية المميزة والأكثر زيارة في الإعلان والترويج الدعائي. ث. فيديو فقط (Video only): وهو ملف فيديوي محفوظ بصيغ			

			يمكن تشغيلها بسهولة من قبل المتصفح وتستخدمه المواقع الإلكترونية التي تكون تابعة لفضائيات ، إذ تعرض على موقعها وبزوايا معنونة على صفحاتها الرئيسة أرشيفها الفيديوي لبرامجها ومقابلاتها وأخبارها السياسية والمنوعة الأخرى ليطلع عليها الزائر الذي فاتته مشاهدة البث المباشر من على الفضائية ليتابعه عبر موقعها على الإنترنت.	

ملحق (2) النماذج

أنموذج(1 ـ أ الى 1 ـ ز)

توضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة للعربية نت للمدة الزمنية الأولى 2012

أنموذج (1 ـ أ) العربية نت



أنموذج (1ـ ب) العربية نت



أنموذج (1 ـ ت) العربية نت



أنموذج (1 ـ ث) العربية نت



أنموذج (1 ـ ج) العربية نت



أنموذج(1 ـ ح) العربية نت



أنموذج (1 ـ خ) العربية نت



أنموذج(1 ـ د) العربية نت



أنموذج (1 ـ ذ) العربية نت



أنموذج (1 ـ ر) العربية نت



أنموذج (1 ـ ز) العربية نت



أنموذج (2 ـ أ الى 2 ـ خ)

يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة لموقع محيط للمدة الزمنية الأزلى 2012

أنموذج (2 ـ أ) محيط



أنموذج (2 ـ ب) محيط



أنموذج (2 ـ ت) محيط



أنموذج (2 ـ ث) محيط



أنموذج (2 ـ ج) محيط



أنموذج(2 ـ ح) محيط



أنموذج(2 ـ خ) محيط



أنموذج (3 ـ أ الى 3 ـ ت)

يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة لموقع راديو سوا للمدة الزمنية الأولى 2012

أنموذج (3 ـ أ) راديو سوا



أنموذج (3 ـ ب) راديو سوا



أنموذج (3 ـ ت) راديو سوا



أنموذج (4 ـ أ الى 4 ـ ج)

يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة لإذاعة العراق الحر للمدة الزمنية الأولى 2012

أنموذج (4 ـ أ) إذاعة العراق الحر



أنموذج (4 ـ ب) إذاعة العراق الحر



أنموذج (4 ـ ت) إذاعة العراق الحر



أنموذج (4 ـ ث) إذاعة العراق الحر



أنموذج (4 . ج) إذاعة العراق الحر



أنموذج(5 ـ أ الى 5 ـ د)

يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة لموقع تلفزيون الشرقية للمدة الزمنية الأولى 2012

أنموذج (5 ـ أ) تلفزيون الشرقية



أنموذج (5 ـ ب) تلفزيون الشرقية



أنموذج (5 ـ ت) تلفزيون الشرقية



أنموذج (5 ـ ث) تلفزيون الشرقية



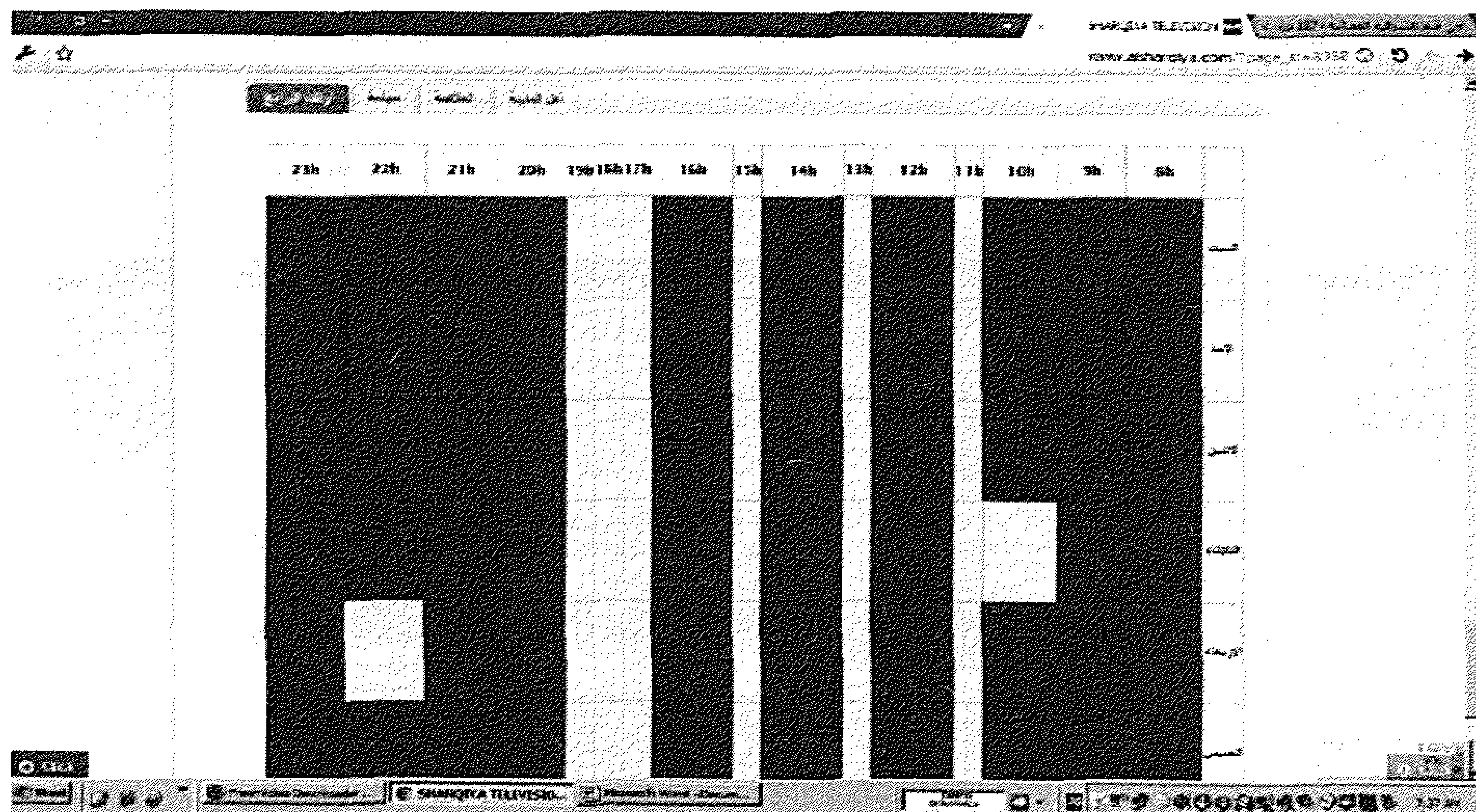
أنموذج (5 ـ ج) تلفزيون الشرقية



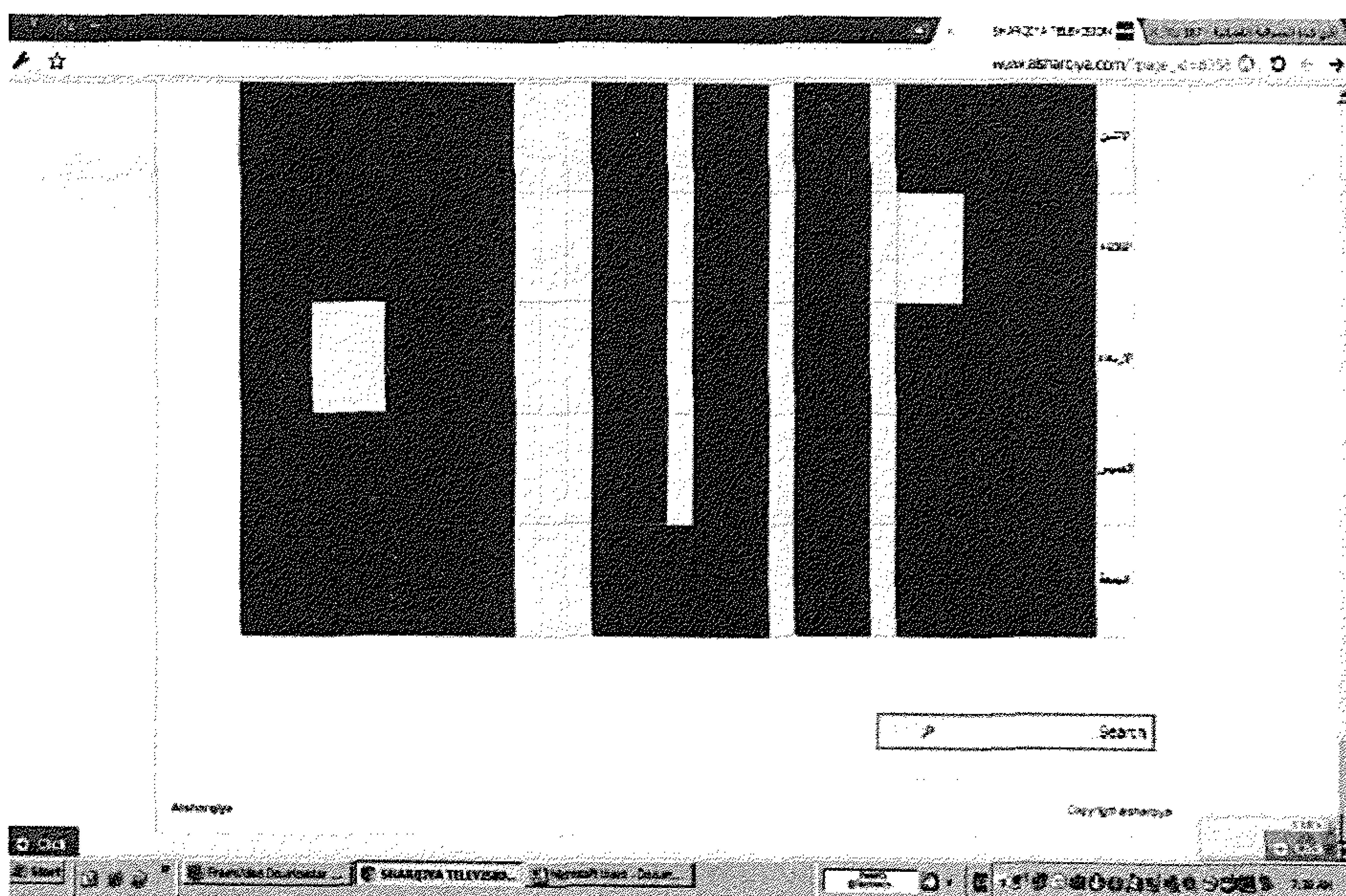
أنموذج (5 ـ ح) تلفزيون الشرقية



أنموذج (5 ـ خ) تلفزيون الشرقية



أنموذج (5 ـ د) تلفزيون الشرقية



أنموذج (6 ـ أ الى 6 ـ ج)

يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة لموقع وكالة نينا للمدة الزمنية الأولى 2012

أنموذج (6 ـ أ) وكالة نينا



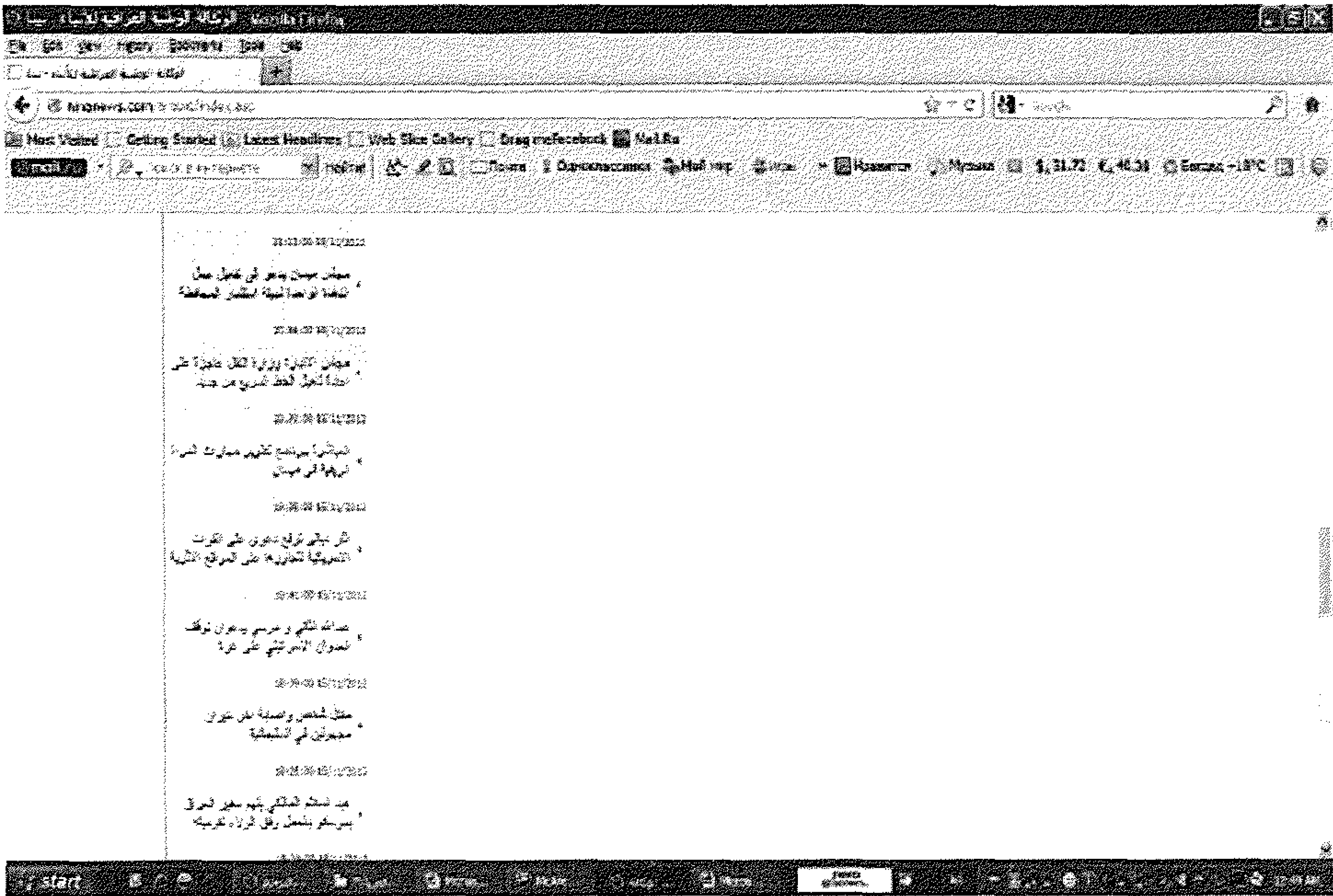
أنموذج (6 ـ ب) وكالة نينا



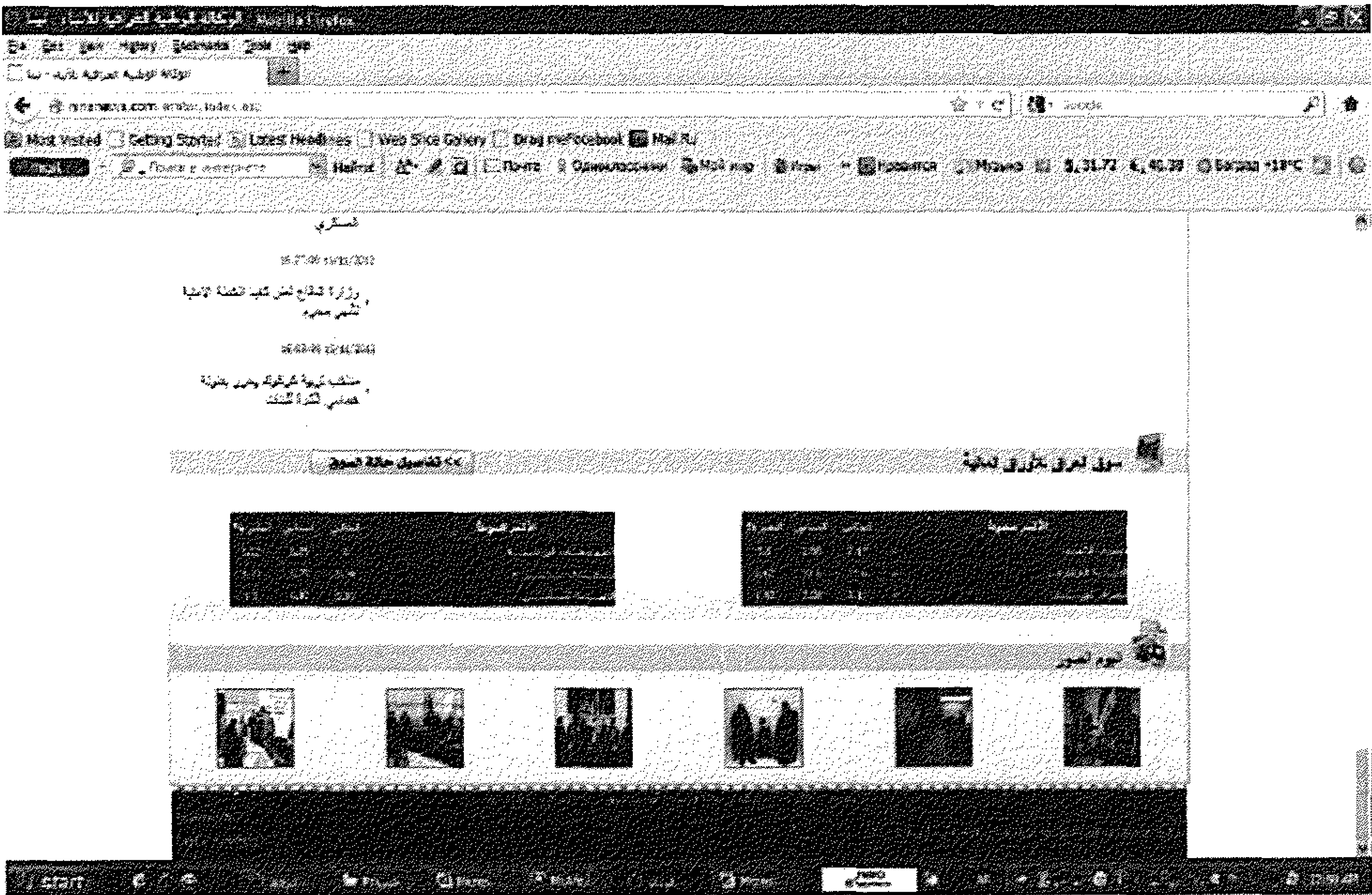
أنموذج (6 ـ ت) وكالة نينا



أنموذج (6 ـ ث) وكالة نينا



أنموذج (6 ـ ج) وكالة نينا



أنموذج (1 ـ أ الى 1 ـ ج)

يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة للعربية نت للمدة الزمنية الثانية 2014

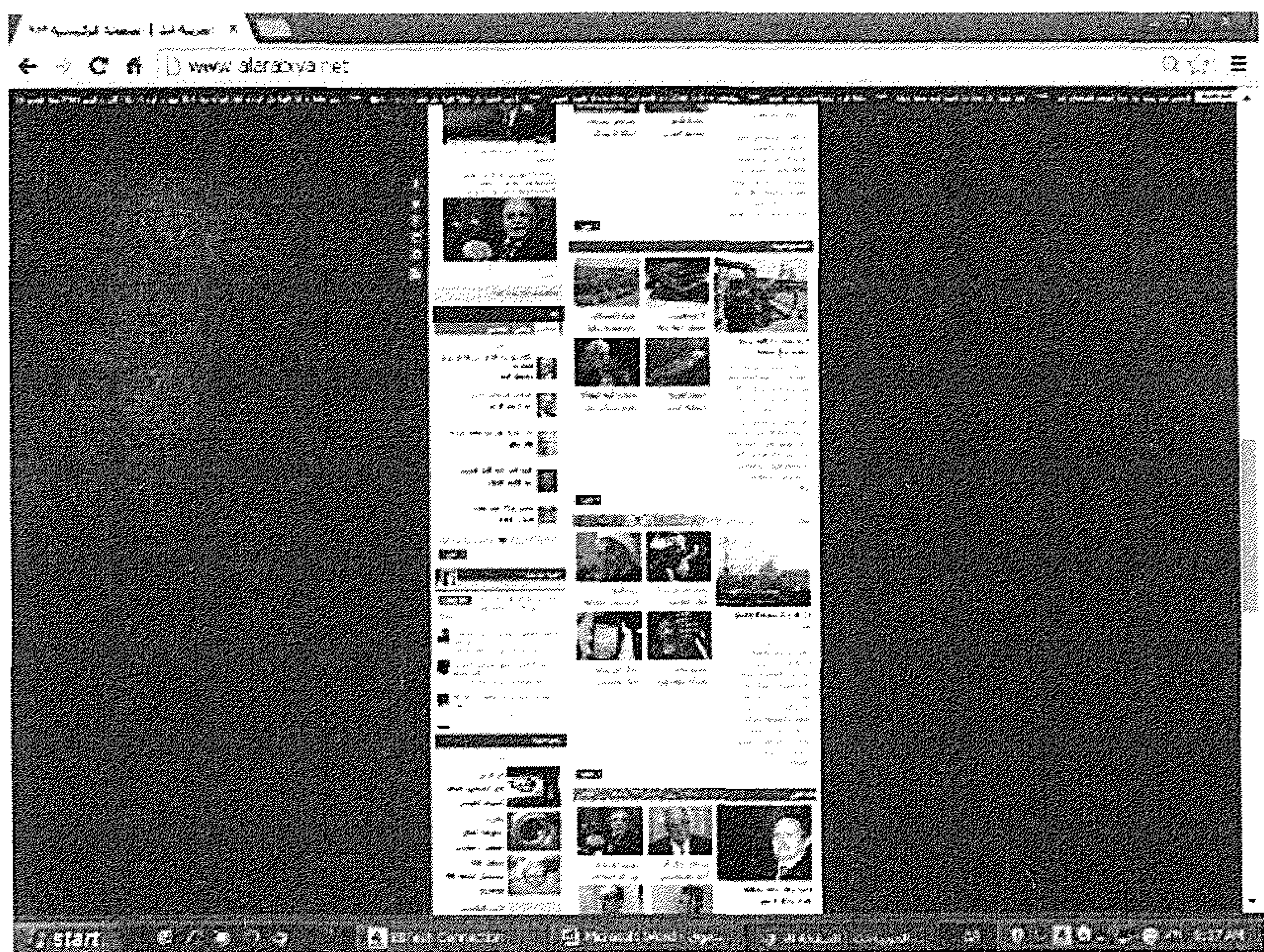
أنموذج (1 ــ أ) العربية نت



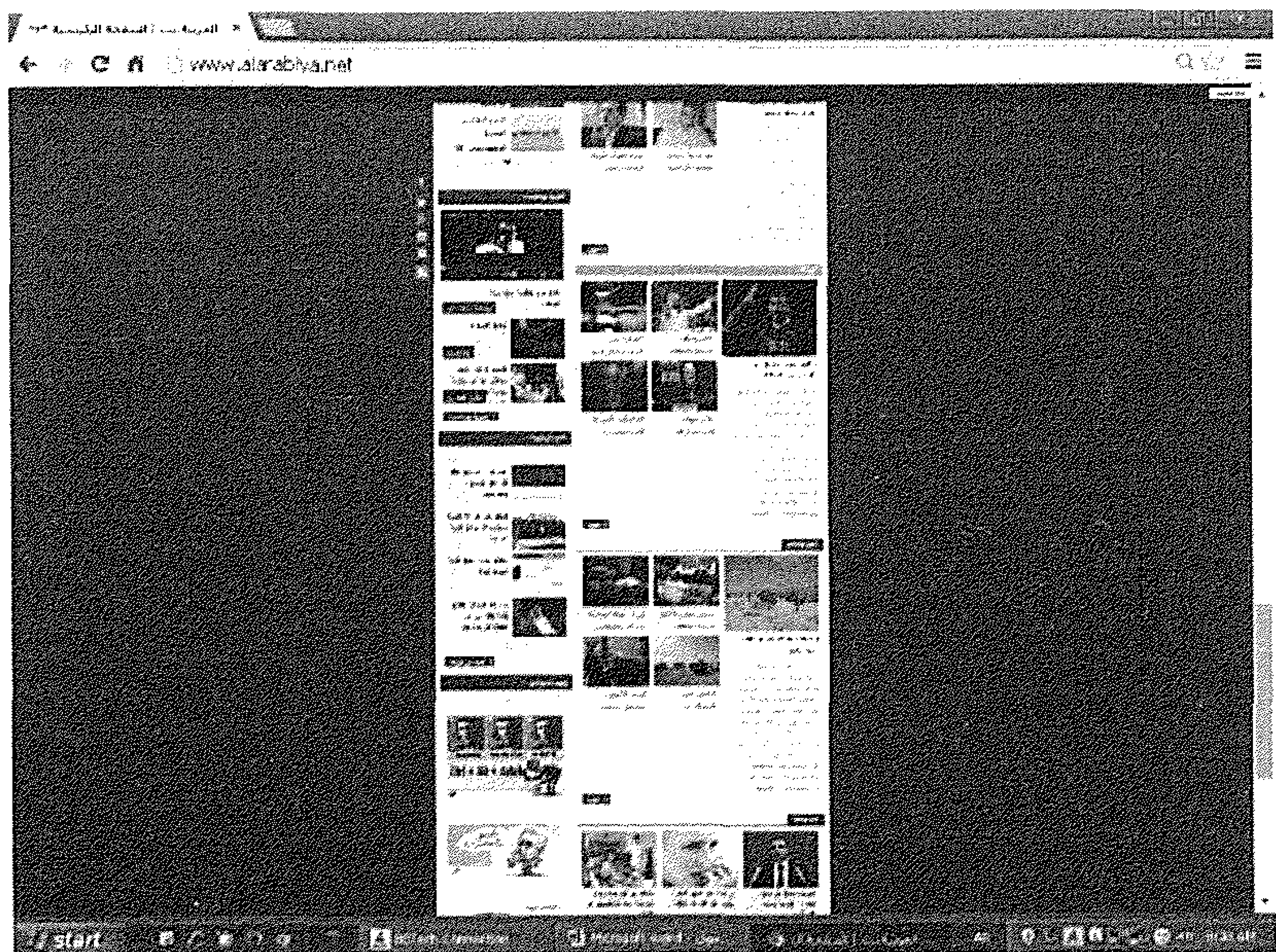
أنموذج (1 ــ ب) العربية نت



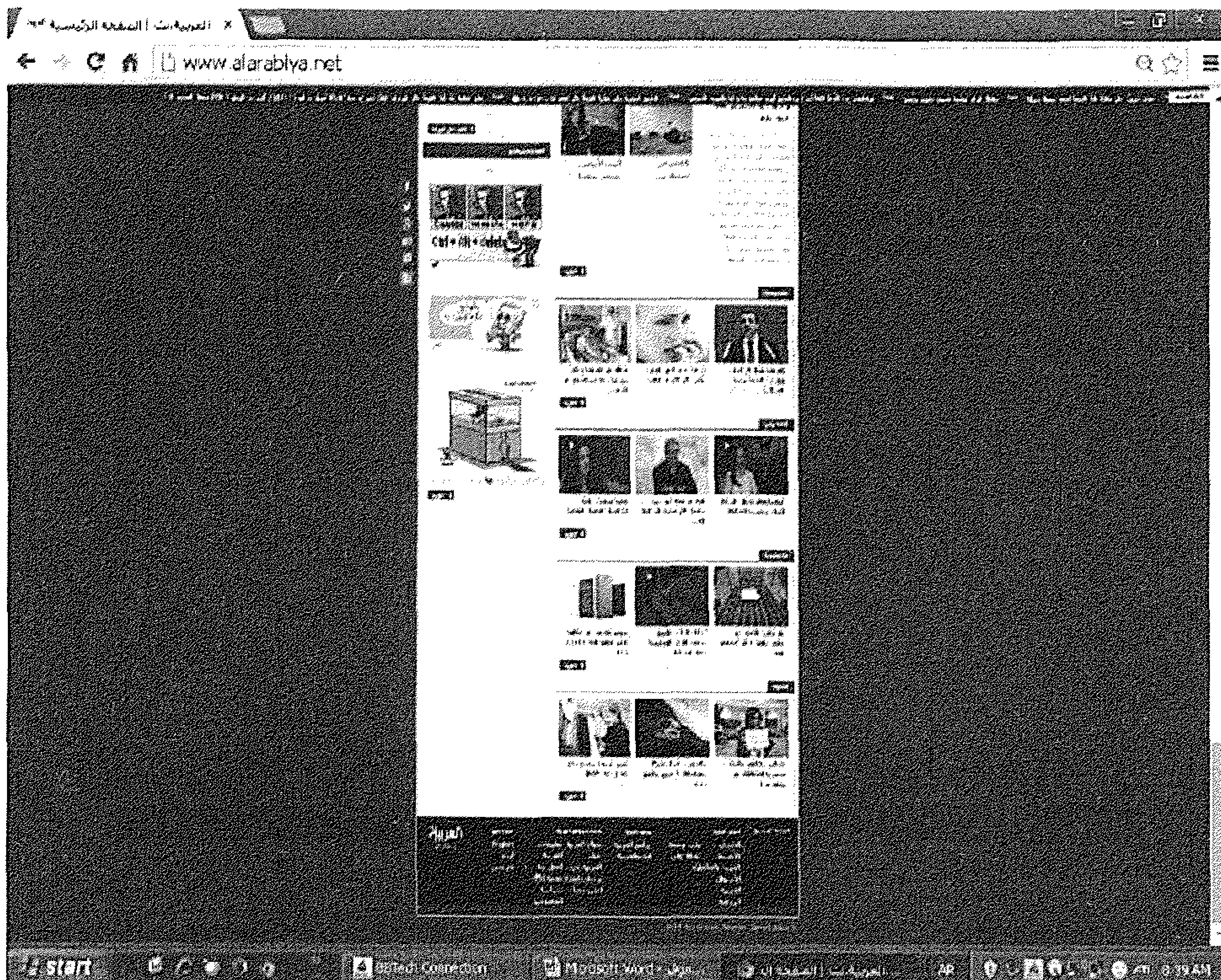
أنموذج (1 ــ ت) العربية نت



أنموذج (1 ــ ث) العربية نت



أنموذج (1 ــ ج) العربية نت



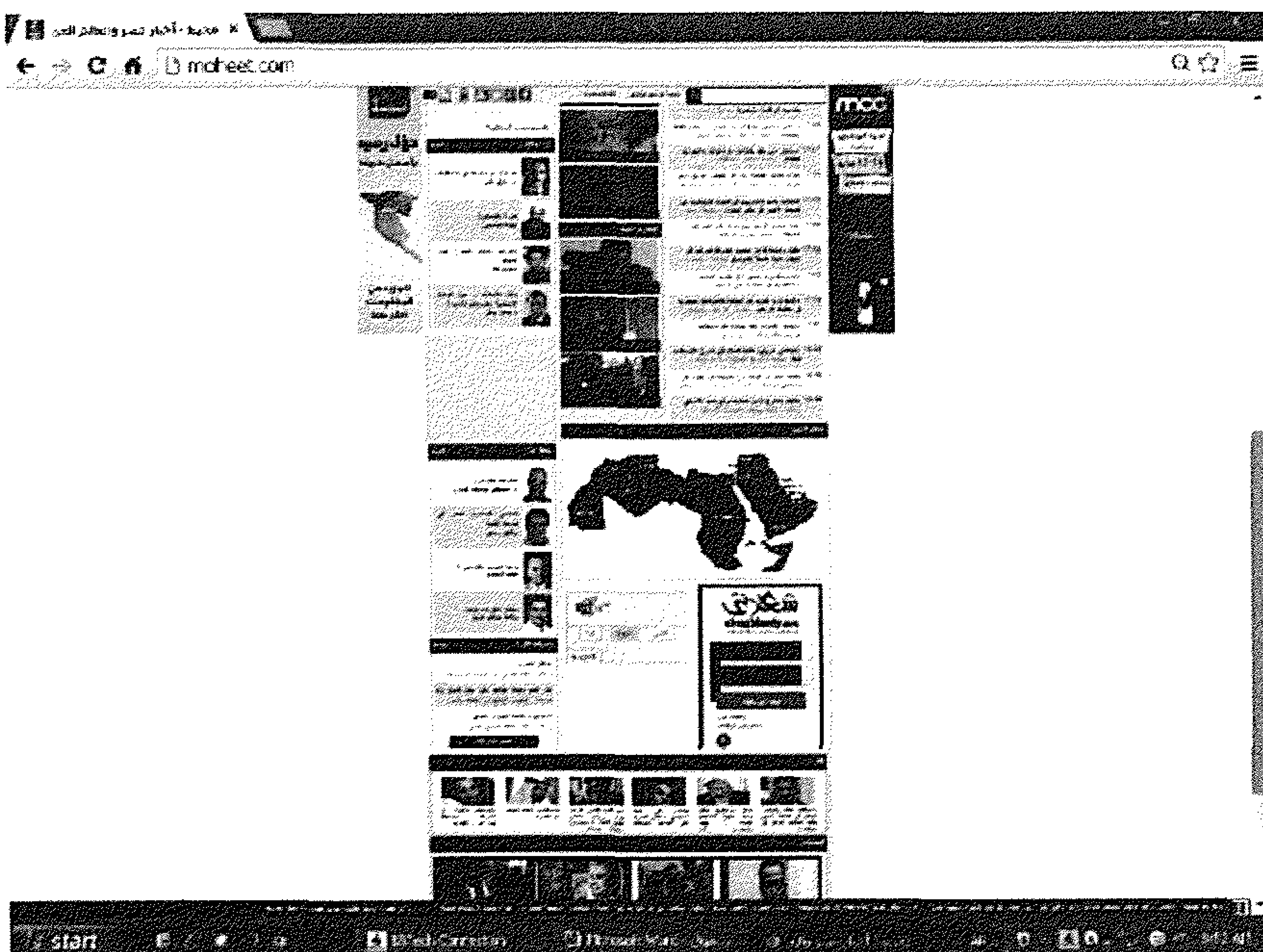
أنموذج (2ـ أ الى 2ـ ث)

يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة لموقع محيط للمدة الزمنية الثانية 2014

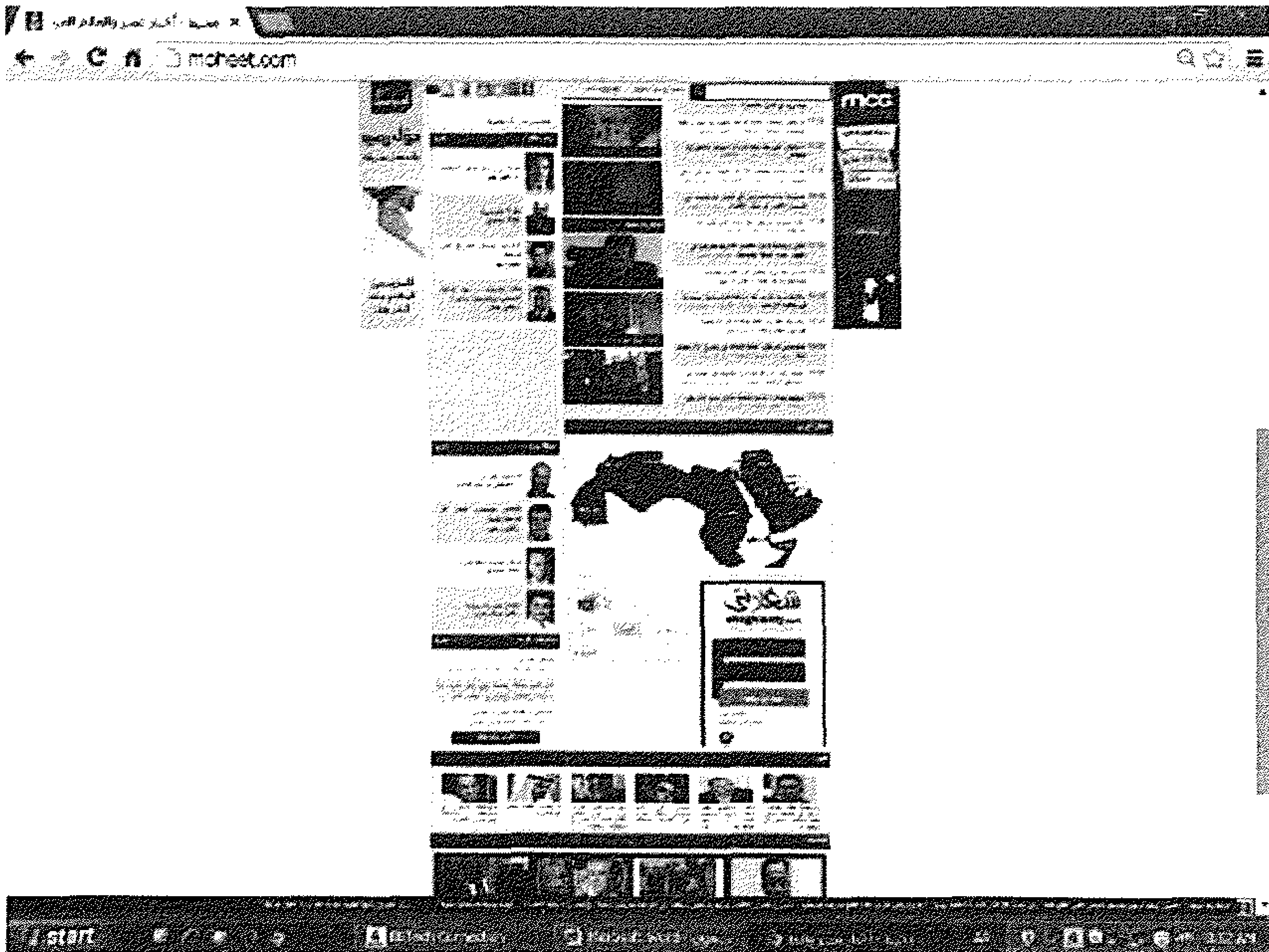
أنموذج (2 ـ أ) محيط



أنموذج (2 ـ ب) محيط



أنموذج (2 ـــ ت) محيط



أنموذج (2 ـــ ث) محيط



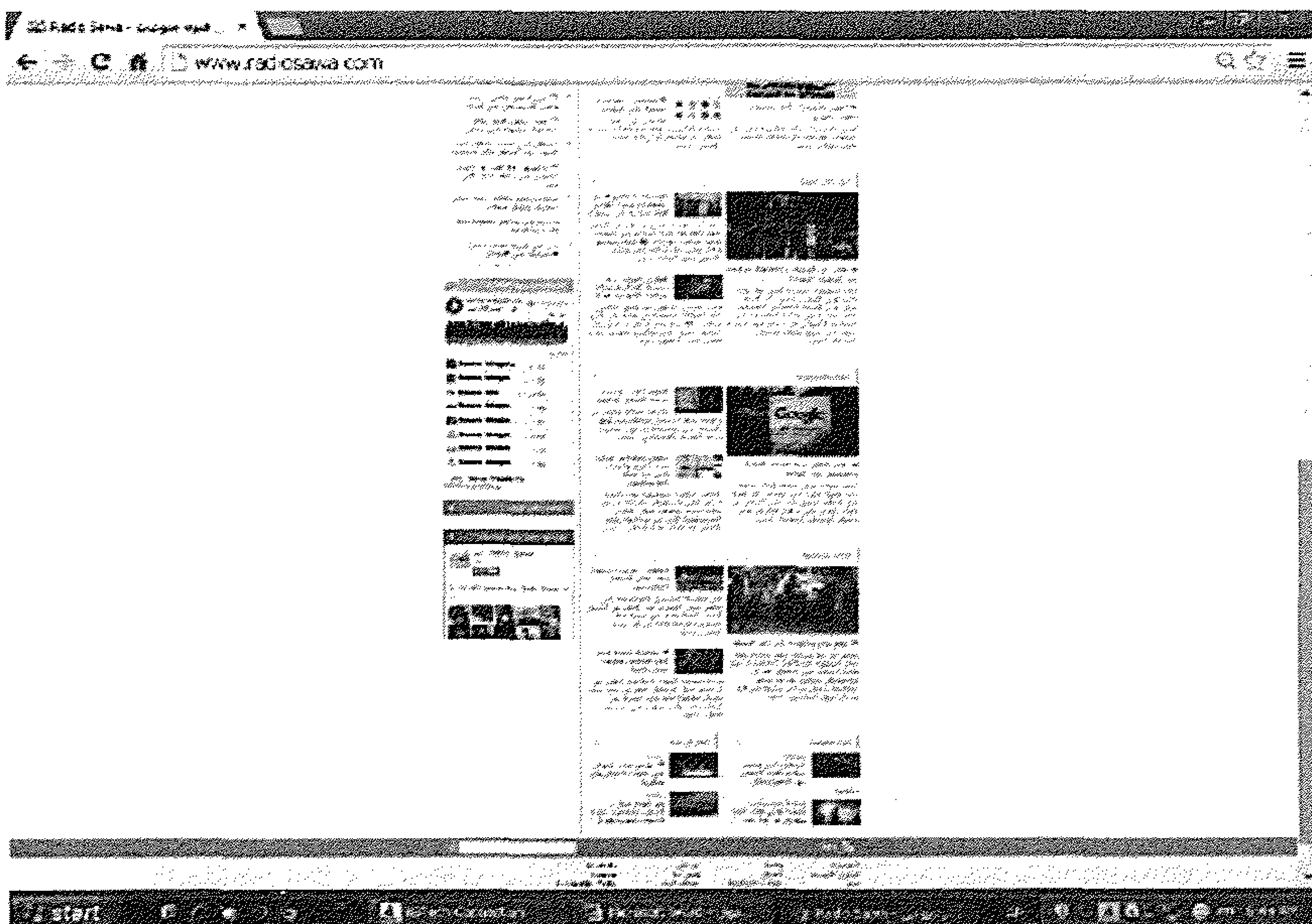
أنموذج (3 ـ أ الى 3 ـ ب)

يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة لموقع راديو سوا للمدة الزمنية الثانية 2014

أنموذج (3 ــ أ) راديوسوا



أنموذج (3 ــ ب) راديوسوا



أنموذج (4ـ أ الى 4ـ ب)

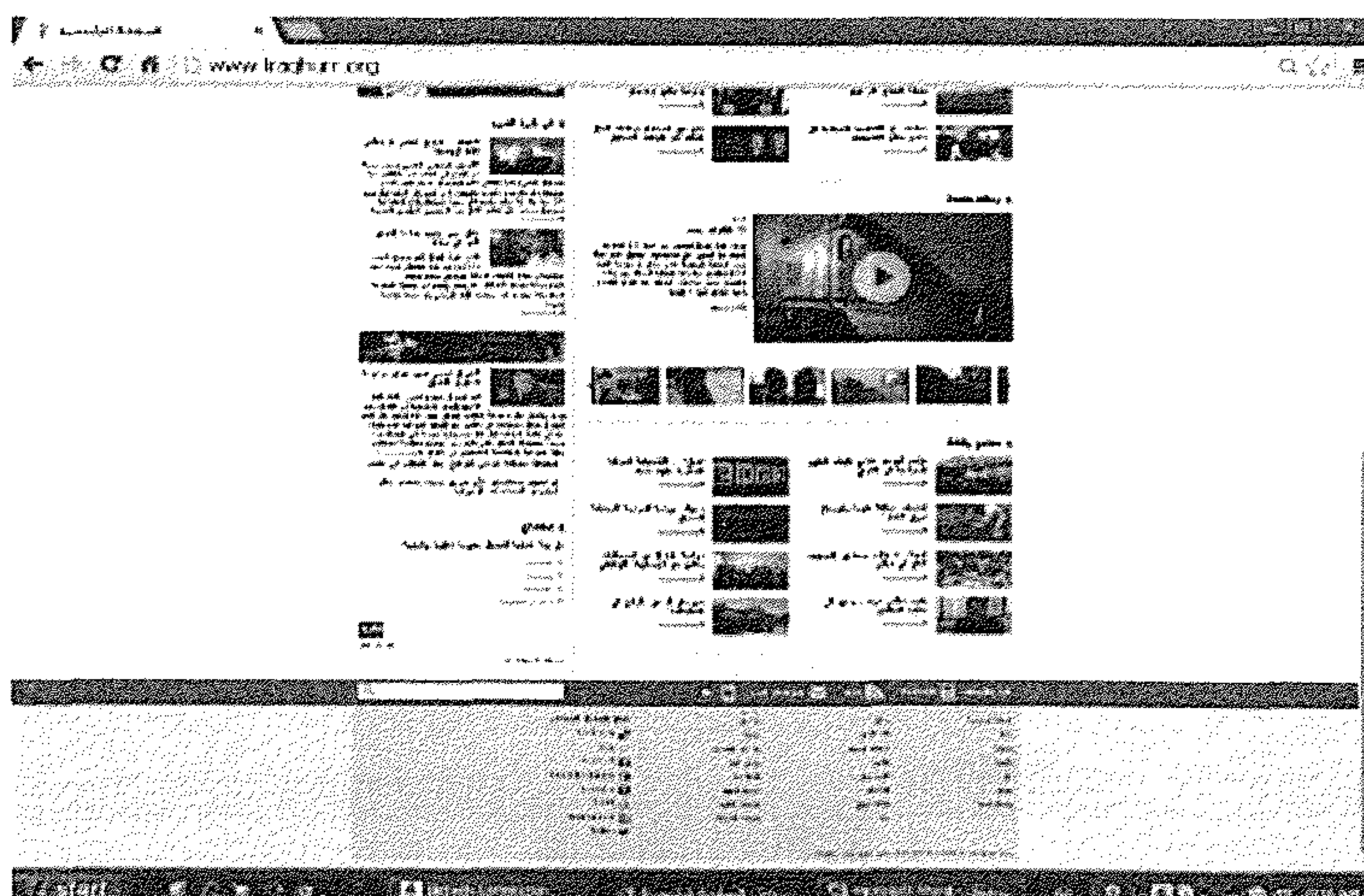
يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة لموقع إذاعة العراق الحر للمدة الزمنية الثانية

2014

أنموذج (4 ــ أ) إذاعة العراق الحر



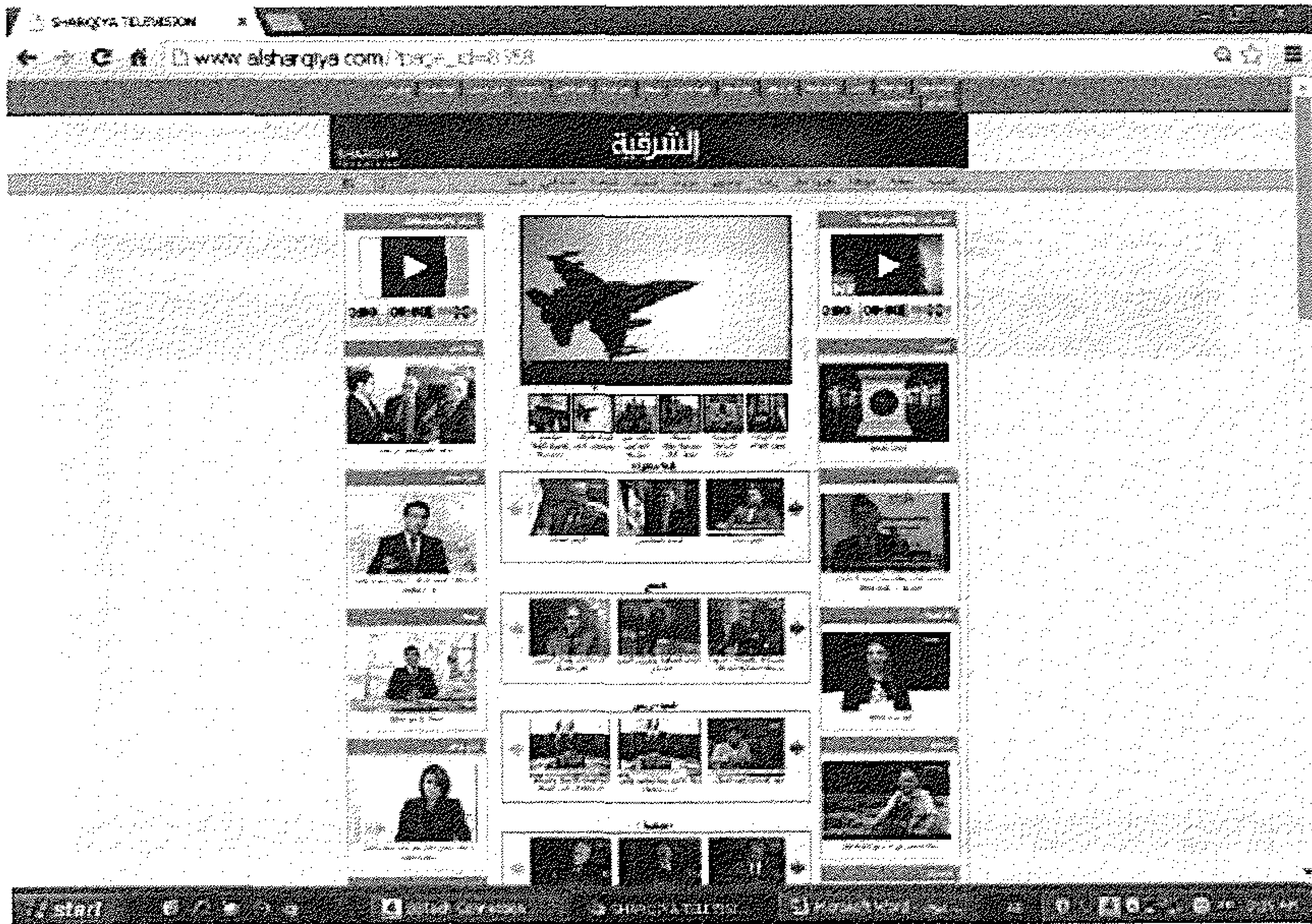
أنموذج (4 ــ ب) إذاعة العراق الحر



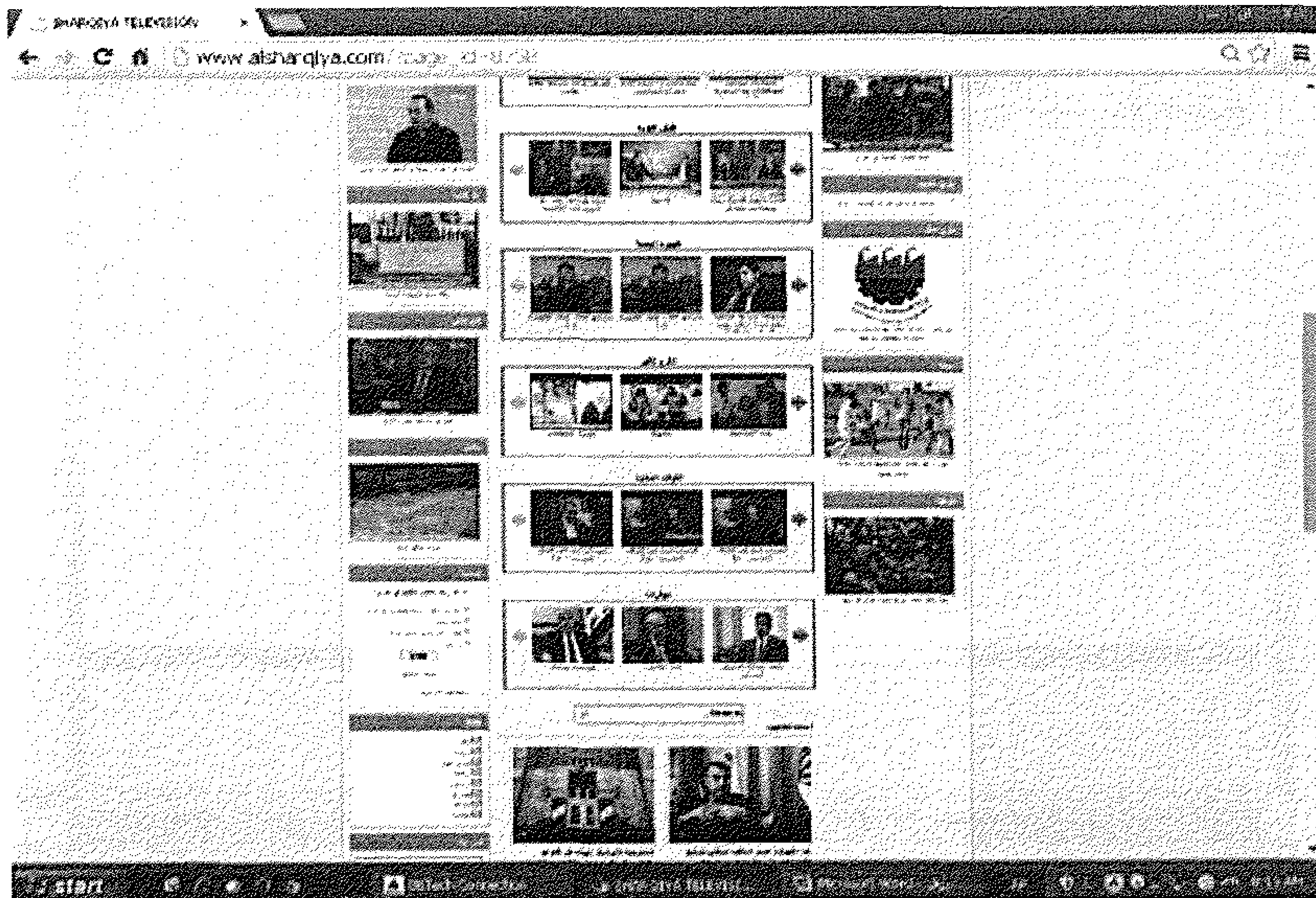
أنموذج (5ـ أ الى 5ـ ث)

يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة لموقع تلفزيون الشرقية للمدة الزمنية الثانية 2014

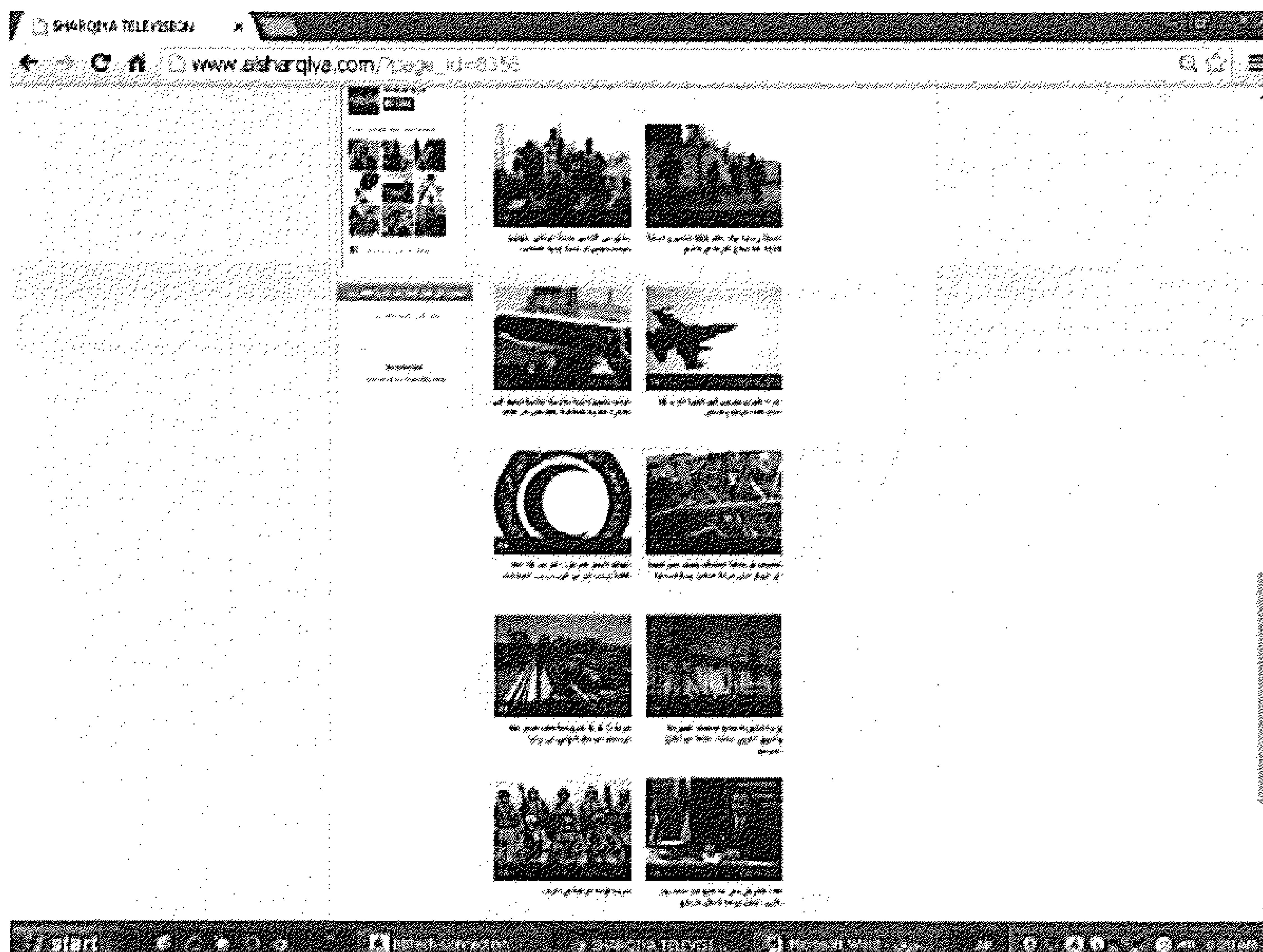
أنموذج (5 ــ أ) تلفزيون الشرقية



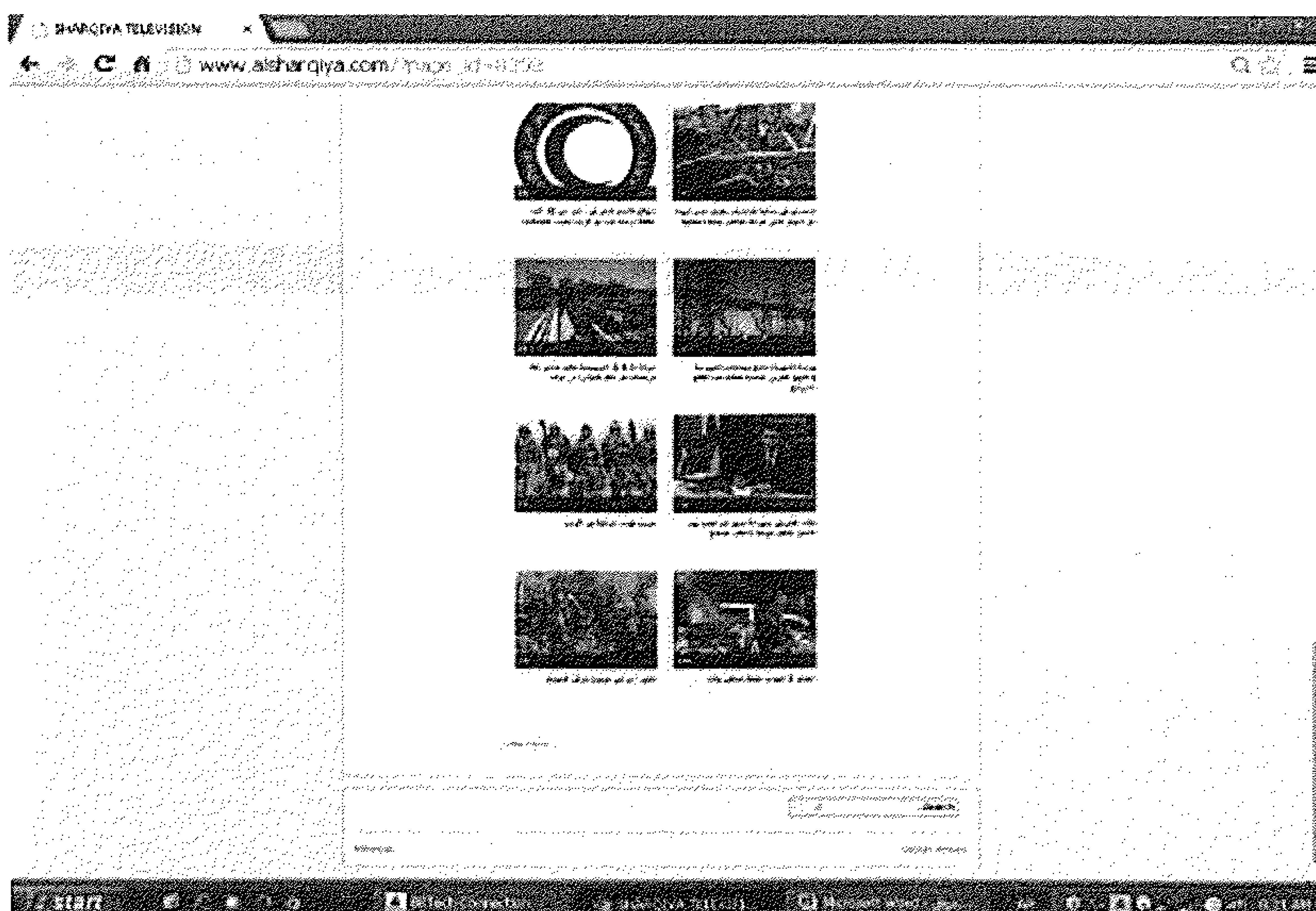
أنموذج (5 ــ ب) تلفزيون الشرقية



أنموذج (5 ــ ت) تلفزيون الشرقية



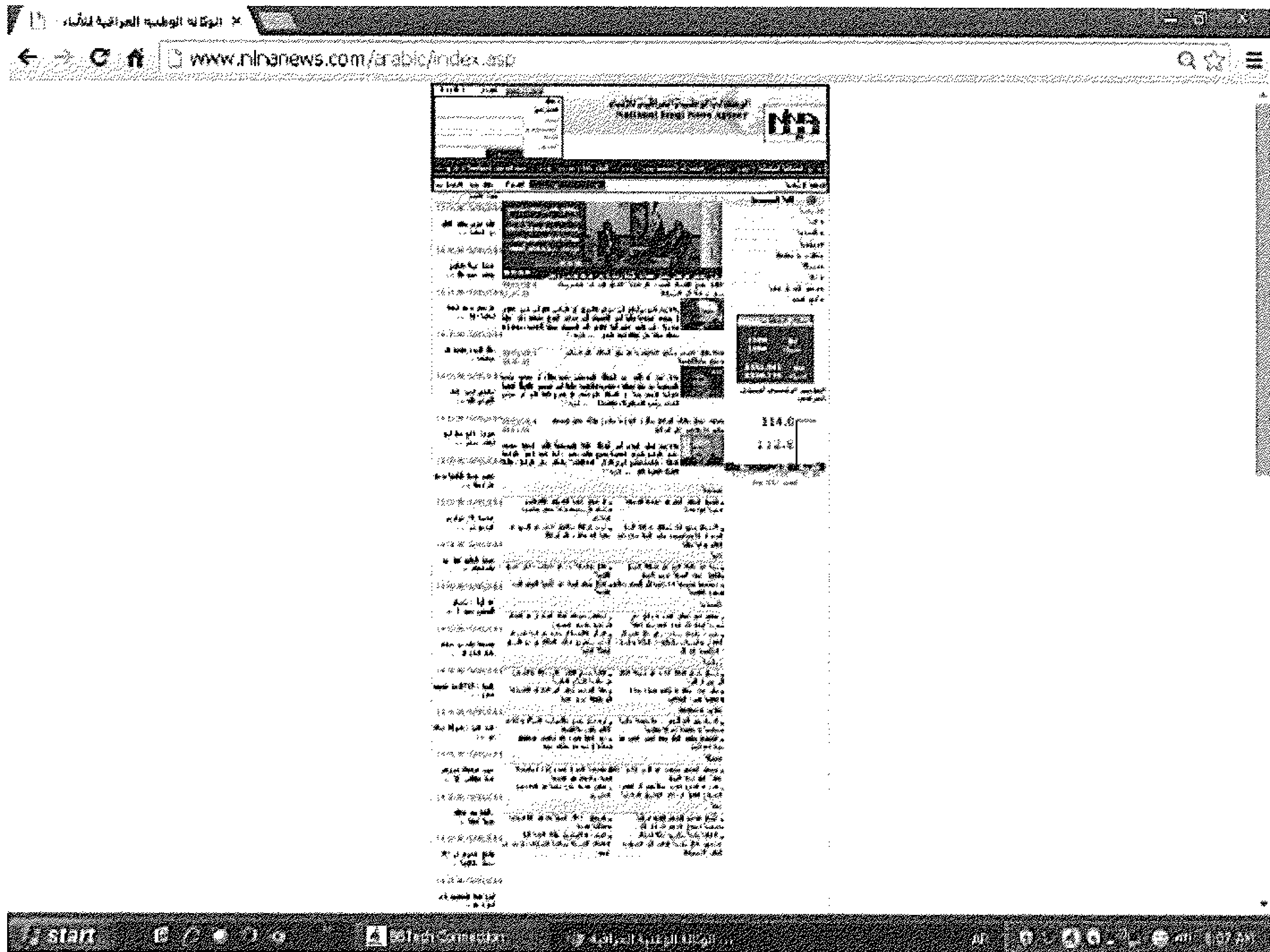
أنموذج (5 ــ ث) تلفزيون الشرقية



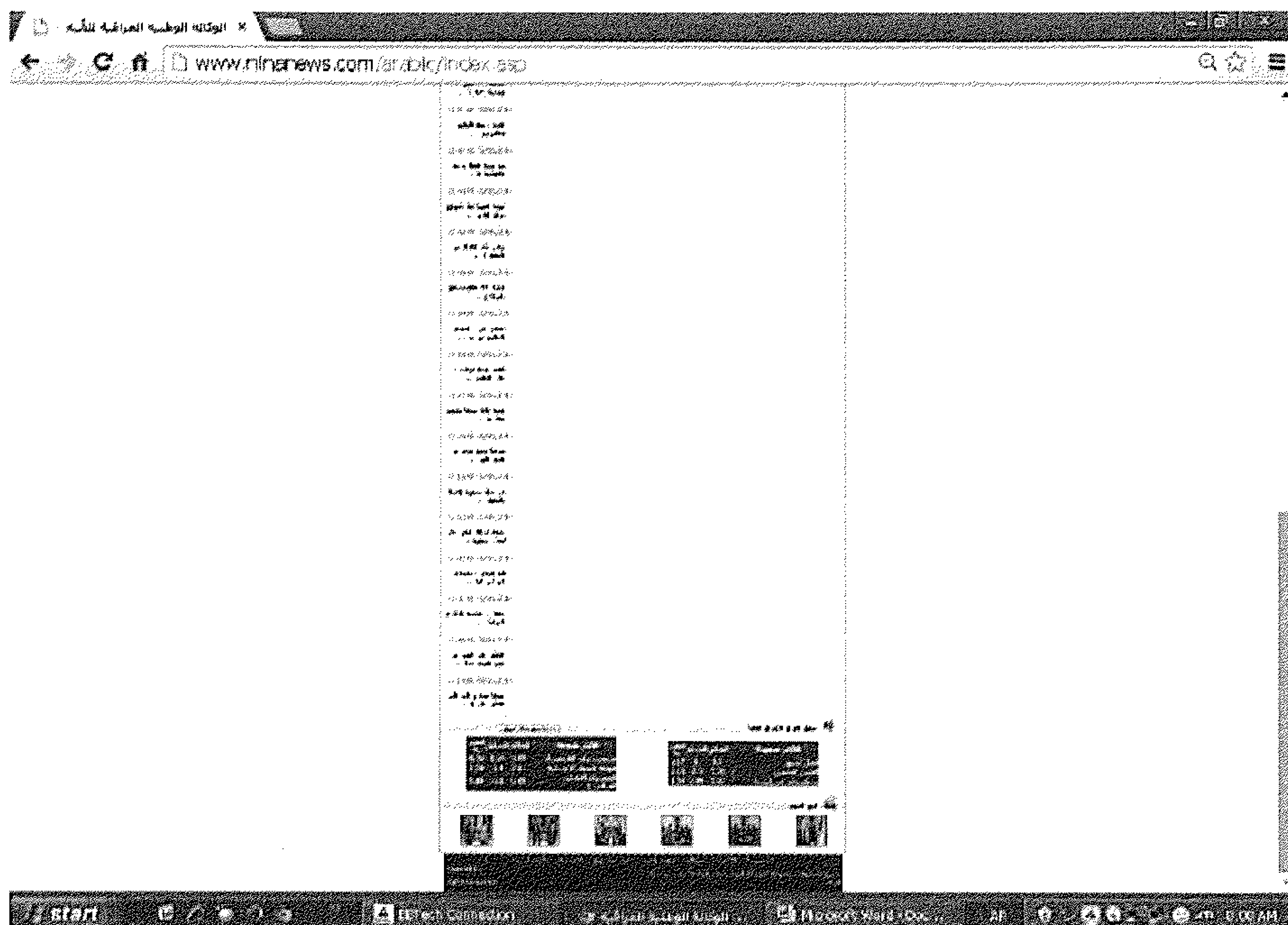
أنموذج (6 ـ أ الى 6 ـ ب)

يوضح إمتداد ومحتوى الصفحة الرئيسة لموقع وكالة نينا للأنباء للمدة الزمنية الثانية 2014

أنموذج (6 ــ أ) وكالة نينا

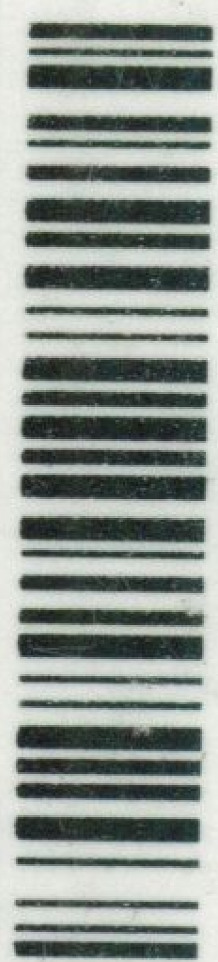


أنموذج (6 ــ ب) وكالة نينا



الوسائط المتعددة في
الإعلام الإلكتروني






9 789957 249755



دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع

المملكة الأردنية الهاشمية - عمَّان - شارع الملك حسين
مجمع الفحيص التجاري - هاتف : 4611169 6 962+
تلفاكس: 4612190 6 962+ ص.ب 922762 عمَّان 11192 الأردن
Safa@darsafa.info Safa@darsafa1.net Safa@darsafa.net

 دار صفاء للنشر والتوزيع

 دار صفاء للنشر